

Be Yourself -muotinäytös Taidetehtaalla

Cennet Opoja Vagagji
Mergime Sylä-Borovci



Tekijä(t) Cennet Opoja Vagagji, Mergime Sylja-Borovci	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Be Yourself -muotinäytös Taidetehtaalla	Sivu- ja liitesivumäärä 34 + 30
Opinnäytetyön nimi englanniksi Be Yourself -fashion show at Taidetehtas	
<p>Kauppiasyhdistys Ry on Taidetehtaalla toimivien liikkeiden yhteinen yhdistys ja toimii tämän opinnäytetyön toimeksiantajana. Muotinäytöstapahtuma on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka lähtökohtana on halu toteuttaa ja tarjota porvoalaisille jotain unohtumatonta. Tavoitteena on muotinäytöksen pohjalta saada Kauppakujan liikkeiden merkit tunnetuksi ja lisätä kävijämäärää siellä. Lisähaastetta tuomaan muotinäytöksen ohella toteutettiin tutkimus lisämyynnistä Vero Moda yritykselle. Muotinäytös järjestettiin Porvoon päivien yhteyteen 10.6.2017 ja se piti sisällään naisille, miehille sekä lapsille suunnattua kesän 2017 muotia.</p> <p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tuoda esille mitä on tapahtuman järjestäminen ja mitä siihen tarvitaan. Työ rakentuu teoriasta sekä käytännöntyöstä. Alussa esitellään teoriaa tapahtuman järjestämisestä ja markkinoinnista. Sen jälkeen keskitytään itse tapahtumapäivän suunnitteluun, toteutukseen sekä myynnin seurantaan.</p> <p>Kokonaisuudessaan Be Yourself -muotinäytös oli tapahtumana onnistunut. Myynnillisesti tavoitteiden ylipääseminen oli positiivinen yllätys, sillä tapahtuma saavutti toivotun tuloksen. Liikkeet joiden mallistoa esiteltiin, olivat tyytyväisiä päivän tunnelmaan sekä tapahtuman avulla saatuun asiakasvirtaan. Kaiken kaikkiaan tapahtuma antoi kivan sävyn ja se toi eloa Taidetehtaan Kauppakujalle asiakasvirran myötä.</p>	
Asiasanat Tapahtumamarkkinointi, Muoti, Muotinäytös, Porvoo, Taidetehtaan Kauppakuja	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Työn rakenne	2
1.2	Opinnäytetyöprosessi.....	2
2	Taidetehtas	4
2.1	Kauppakuja.....	4
2.2	Bestseller Retail Oy	4
2.3	Vero Moda	5
3	Tapahtuman järjestäminen	6
3.1	Tapahtuman suunnittelu.....	6
3.1.1	Tavoite	7
3.1.2	Kohderyhmä.....	8
3.1.3	Budjetti.....	8
3.1.4	Paikka, ajankohta ja kesto.....	9
3.1.5	Lupa- ja ilmoitusasiat	10
3.2	Riskit.....	11
3.2.1	SWOT-analyysi	11
3.3	Tapahtuman toteutus	12
3.4	Markkinointikeinot	13
3.4.1	Tapahtumamarkkinointi	13
4	Muotinäytöksen suunnittelu, toteutus ja tulokset.....	14
4.1	Aiheen valinta	14
4.2	Aikataulu	14
4.3	Tapahtumapaikka	15
4.4	Yhteistyökumppanit ja esiintyjät	15
4.4.1	Muotinäytöksessä mukana olleet liikkeet.....	15
4.4.2	Mallit	16
4.5	Setit, kävelyt, musiikki	16
4.6	Myyntin seuranta.....	17
5	Be Yourself – muotinäytös 10.6.2017	19
6	Oma oppiminen.....	25
7	Yhteenveto ja johtopäätökset	26
7.1	Kehittämisehdotukset.....	27
	Lähteet	28
	Liitteet.....	30
	Liite 1. Projektisuunnitelma.....	30
	Liite 2. Tarjous kustannuksista	36
	Liite 3. Toteutunut budjetti	37

Liite 4. Facebook tapahtuma	38
Liite 5. Lehtimainos	39
Liite 6. Aikataulu	39
Liite 7. Lehdistötiedote	40
Liite 8. Sähköposti yhteistyökumppaneille	41
Liite 9. Be Yourself – muotinäytöksen juonto.....	41
Liite 10. Lista mallijärjestyksestä	46
Liite 11. Mallien vastuulomake vaatteista	48
Liite 12. Tapahtuma kuvina	49

1 Johdanto

Toiminnallisen opinnäytetyön lähtökohtana oli halu toteuttaa jotain unohtumatonta, sekä tarjota porvoalaisille mieleenpainuvia elämyksiä omalla kotikaupungillaan. Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Porvoon Taidetehtaan kauppakujan Kauppiasyhdistys Ry:lle. Porvoossa toimiva kauppiasyhdistys on Taidetehtaan liikkeiden yhteinen yhdistys, johon kuuluu kaikki kauppakujan alueella toimivat liikkeet. Kauppiasyhdistys tekee yhdessä töitä kauppakujan liikkeiden myynnin edistämiseksi organisoimalla erilaisia tapahtumia ja tarjouksia Taidetehtaalla.

Opinnäytetyön aiheena on tapahtumamarkkinointi, jonka avulla pyritään lisäämään asiakasvirtaa sekä näkyvyyttä Porvoon Taidetehtaan alueelle. Tavoitteena on muotinäytöksen pohjalta saada Kauppakujan liikkeiden merkit tunnetuksi ja lisäämään kävijämäärää, jonka avulla pyritään kasvattamaan myyntiä. Lisähaastetta tuomaan muotinäytöksen ohella toteutetaan tutkimus lisämyynnistä Vero Moda liikkeelle, joka on kauppiasyhdistyksen yksi monista jäsenistä. Tapahtuman tulosten mittareina toimii päivän kävijämäärä sekä lisämyynti, jota seurataan Vero Modasta saatujen Happy Hour myyntikuittien perusteella. Tapahtuman toteutus pyritään analysoimaan ja raportoimaan teorian pohjalta.

Kiinnostus toiminnalliseen opinnäytetyöhön syntyi siitä, kun toisella opiskeluvuodella eräs opettaja kertoi mahdollisuudesta tehdä toiminnallinen opinnäytetyö. Siitä lähtien ajatus on elänyt mielessä ja vähitellen se konkretisoitui suunnitelmaksi järjestää jotain erilaista porvoalaisille. Haluttiin järjestää muotinäytös, koska se tuntui kiinnostavalta ja monipuoliselta. Itsensä haastaminen, suunnittelu sekä erilaisten projektien toteutus tuntui houkuttelevalta. Myös aikaisempina vuosina muotinäytöksiä on tullut toteutettua pariin otteeseen, joten tämän järjestäminen ei ole täysin uutta.

Muoti on läsnä jokapäiväisessä pukeutumisessa, lisäksi se on erityisen tärkeää ja lähellä sydäntä. Tuntui luontevalta järjestää muotinäytös juuri Taidetehtaalla, koska toinen järjestäjästä työskentelee siellä toimivassa vaateliikkeessä. Tämä oli suuri etu, sillä alueella toimivat liikkeet sekä henkilökunta ovat entuudestaan tuttuja. Tämä toimi hyvänä pohjana tulevalle yhteistyölle. Tapahtuma hyödyttää toimeksiantajaa, sillä tämän kautta he saavat ylimääräistä mainontaa sekä näkyvyyttä näin uuden sesongin alkaessa. Lisäksi he pääsevät esittelemään suurelle väkijoukolla samaan aikaan uutta kesämallistoa sekä tulevaa trendiä.

1.1 Työn rakenne

Opinnäytetyö rakentuu teoriasta sekä käytännöntyöstä. Ensimmäisenä on johdanto, joka pyrkii herättämään kiinnostuksen ja johdattelee varsinaiseen työhön. Sen jälkeen kuvailaan lyhyesti koko opinnäytetyöprosessi. Tämän jälkeisessä luvussa kerrotaan Taidetehtaasta sekä avataan vähän seurannan kohteena ollutta Vero Moda yritystä. Kolmas kappale käsittelee teoriaa tapahtuman järjestämisestä ja suunnittelusta, johon kuuluu: tavoite, kohderyhmä, budjetti, paikka, ajankohta ja kesto, lupa- ja ilmoitusasiat sekä riskit. Työn neljännessä kappaleessa keskitytään itse muotinäytöstapahtuman eri vaiheisiin, kuten aiheen valintaan ja aikatauluun. Samassa luvussa myös arvioidaan ja käsitellään myynnin seurannan tuloksia. Viidennessä kappaleessa kerrotaan itse tapahtumapäivän kulusta ja kuudennessa kappaleessa esitellään omaa oppimista sekä arvioidaan tapahtuman onnistuneisuutta. Lopuksi puhutaan kehittämis ehdotuksista, joita voidaan hyödyntää mahdollisesti tulevaisuudessa muotinäytöstapahtumissa Taidetehtaalla.

1.2 Opinnäytetyöprosessi

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön takana on halu toimia tapahtumajärjestäjänä ja haastaa itsensä uudella tavalla. Sen tarkoituksena on tuoda esille mitä on tapahtuman järjestäminen ja mitä siihen tarvitaan. Lisäksi halutaan vilkastuttaa Taidetehtaan aluetta ja saada sinne lisää asiakasvirtaa, joka johtaa mahdolliseen lisämyyntiin liikkeille.

Opinnäytetyö pääsi alkuun heti tammikuussa, jolloin kirjoitettiin aiheanalyysi ja alettiin pohtimaan mahdollista työn rakennetta ja sisällysluetteloa. Alun perin haluttiin järjestää muotinäytös Taidetehtaan aukiolle toukokuun loppupuolella, jolloin kesämallistot ovat tuoreimmillaan. Taidetehtaan toimitusjohtajan kanssa päädyttiin kuitenkin siirtämään muotinäytöksen ajankohtaa kesäkuun alkuun, jolloin sen voisi yhdistää Porvoon päivien ohjelmaan. Tämä oli oiva tilaisuus saada tapahtumalle enemmän näkyvyyttä. Kirjoittamisprosessin ensimmäinen vaihe aloitettiin jo maaliskuun aikana, kun suunnitteluvaihe oli vielä kesken. Kirjoittaminen alkoi teoreettisella osuudella heti kirjallisuuteen tutustumisen jälkeen. Aluksi työ ei tuntunut etenevän lainkaan, kun samaan aikaan piti toteuttaa käytännön järjestelyjä. Tehtiin päätös jättää kirjoittaminen taka-alalle, kunnes tapahtuma on toteutettu. Tämä osoittautui juuri oikeaksi ratkaisuksi, sillä näin pystyi antamaan täyden työpanoksen opinnäytetyön jokaiselle vaiheelle. Kesäkuussa tapahtuman toteutuksen jälkeen varsinainen kirjoittaminen alkoi kappale kerrallaan sisällysluetteloa seuraten. Alussa oli paljon ajatuksia ja muistiinpanoja, joten kirjoittaminen eteni mutkattomasti. Alkuhuan jälkeen työn kirjoittaminen jatkui hitaasti, mutta varmasti. Koko kirjoittamisprosessin aikana sisällysluettelo muuttui useaan otteeseen. Monesti palattiin edellisiin kappaleisiin, tekstiä muokattiin, uutta lisäiltiin sekä vanhaa poistettiin.

Teoreettinen osuus perustuu pitkälti tapahtuman suunnitteluun, järjestämiseen ja markkinointiin. Kirjallisuutta aiheista löytyi hyvin, joten niihin perehtyminen oli mielenkiintoinen ja opettavainen kokemus. Tässä työssä on käytetty paljon Vallo & Häyrisen kirjoittamia kirjoja, sillä ne osoittautuivat selkeiksi ja teoria oli perusteltua. Kun opinnäytetyö oli viittä vaille valmis, kirjoitettiin sen tiivistelmä. Tuntui luontevalta jättää niiden kirjoittaminen loppuun, koska niissä tiivistetään koko työ. Tiivistelmän tekoon panostettiin täysillä, koska se antaa ensivaikutelman koko työstä.

Tapahtuman suunnittelu ja järjestäminen oli haastavaa, mutta samalla mielenkiintoista ja palkitsevaa, koska muoti ja vaatteet ovat osa jokapäiväistä arkea. Toiminnallinen opinnäytetyö opetti paljon uusia asioita niin teoriassa kuin käytännössä. Näitä tullaan varmasti hyödyntämään myös tulevaisuudessa.

2 Taidetehdas

Taidetehdas on Porvoon länsirannassa sijaitseva kokonaisen korttelin kokoinen kulttuuri- ja kongressikeskus, jonka omistaa kolme säätiötä: Suomen Kulttuurirahasto, Alfred Korde-
linin säätiö ja Emil Aaltosen säätiö. Taidetehtaalla on kokous- ja tapahtumatiloja, elokuva-
teatteri, kahviloita, ravintoloita, sekä kauppakuja. (Taidetehdas, 2017)

Taidetehtaan toiminta alkoi 1920-luvulla, kun alueelle rakennettiin vaneritehdas. Vuonna 1986 vanha tehdaskiinteistö myytiin Porvoon kaupungille, joka vuokrasi työtiloja taiteilijoil-
le. Vuosien mittaan alueella pidettiin taidenäyttelyitä, myyjäisiä, konsertteja, sekä urheilu-
tapahtumia. Kulttuurin ystävä Ensio Miettinen perusti yhdessä Porvoon kaupungin kanssa
säätiön vuonna 1999. Säätiön varoilla kunnostettiin sekä ylläpidettiin Taidetehtaan raken-
nusta. Säätiö suunnitteli 2000 -luvun alussa kiinteistön muuttamista kulttuurikeskukseksi.
Suunnitelmia päästiin toteuttamaan vasta 2007, taantuman aiheuttamien viivästysten
vuoksi. Koska tehdasalue oli teollisuuden saastuttama, maanpuhdistustöihin meni noin
kaksi vuotta. Vasta vuonna 2009 alkoi varsinainen rakentaminen, joka kesti vuoden 2012
toukokuuhun. Pääministeri Jyrki Katainen vihki talon käyttöön virallisesti 13.8.2012. (Tai-
detehdas, 2017.)

2.1 Kauppakuja

Taidetehtaan kauppakuja on muotiliikkeiden keskittymä, jossa toimii yhteensä yhdeksän
yritystä. Lisäksi sieltä löytyy Cap-autokoulu, Coffee House -kahvila sekä Handelsbanken.
Taidetehtaan kauppakujan Kauppiasyhdistys Ry on tämän opinnäytetyön toimeksiantaja.
Se on Taidetehtaalla toimivien liikkeiden yhteinen yhdistys, johon kuuluu Coffee House,
Cubus, Dressmann, Handelsbanken, Hemtex, Jack&Jones, CAP autokoulu, Skidi, Flying
Tiger Copenhagen, Vero Moda, Stadium, H&M sekä Hiustudio Piste. Kauppiasyhdistys
tekee yhdessä töitä kauppakujan liikkeiden myynnin edistämiseksi organisoimalla erilai-
sia tapahtumia ja tarjouksia Taidetehtaalla. (Taidetehdas, 2017.)

2.2 Bestseller Retail Oy

Bestseller Retail Oy on kansainvälinen perheyrittäjä, jolla on vahva perusta. Se on tanska-
lainen yritys, jonka Troels Holch Povlsen perusti vuonna 1975 Brande kaupunkiin. Aluksi
Bestseller keskittyi vain naisten vaatetukseen, josta se vuonna 1986 laajensi tuotevaliko-
maansa lastenvaatteisiin ja pari vuotta myöhemmin miesten vaatteisiin. Tällä hetkellä yri-
tys työllistää maailmanlaajuisesti yli 15 000 henkilöä. Bestsellerillä on useita tunnettuja
brändejä, joita ovat; Vero Moda, Jack&Jones, Only, Only & SonsPieces, Vila, Juna Rose,
Y.A.S, Jacqueline De Young, Mamalicious, Object, Selected, Noisy May ja Name It. Best-

sellerin visio perustuu sanontaan ”Yksi maailma, yksi filosofia, yksi perhe joka symbolisoi yrityksen toimintakulttuuria.” (Bestseller, 2017.)

2.3 Vero Moda

Vero Moda sai alkunsa vuonna 1987 Bestseller ketjun perustajan aloitteesta. Se oli yksi ensimmäisistä merkeistä, joka tuotiin markkinoille ja siitä tuli nopeasti tyttöjen ensisijainen muotivalinta. Merkki tunnetaan siitä, että se käyttää kampanjoissaan kuuluisia nimiä, joita ovat olleet mm. Kate Moss ja Gisele Bündchen puhumattakaan Alexa Chungista ja muusikko Lily Allenista. (Vero Moda. 2017.)

Kaikista mukana olevista liikkeistä Vero Moda valikoitui myynnin seurannan kohteeksi. Tämä siksi, koska toisella järjestäjistä on pitkä työura kyseisen yrityksen palveluksessa. Päättiin yhdessä yrityksen myymäläpäällikön sekä aluepäällikön kanssa, järjestää muotinäytöksen yhteydessä Happy Hour -tarjous, jolla saataisiin asiakkaat houkuteltua Vero Modaan ostoksille. Haluttiin tarjouksen olevan vetovoimainen ja päädyttiin antamaan kaikista normaalihintaisista tuotteista -20 % alennus. Happy Hour -tarjouksen vaikutusta päädyttiin mittaamaan kahdella olennaisella mittarilla, jotka ovat kävijöiden määrä ja asiakkaiden keskiostos tapahtumapäivänä 10.6.2017. Ilman kävijöitä ei ole myyntiä, joten tapahtuman tehtävänä on saada mahdollisimman paljon asiakkaita sisään liikkeeseen. Keskiostoksella tarkoitetaan ostosten summan keskiarvoa, eli mitä enemmän asiakkaat ostavat, sitä parempi on yrityksen myyntikate.

Muotinäytöstä seuraamaan pyritään saamaan noin 50–70 henkilöä per näytös. Vero Moda yrityksen näkökulmasta tapahtuman tavoitteena on saada näistä katsojista joka neljäs liikkeeseen tekemään ostoksia. Tavoiteltu keskimääräinen ostoskassin summa on noin 30 €. Tähän kohtaan palataan raportissa luvussa 4.6 Myynnin seuranta, jossa analysoidaan tapahtuman tuloksia sekä pohditaan päästiinkö tavoitteisiin.

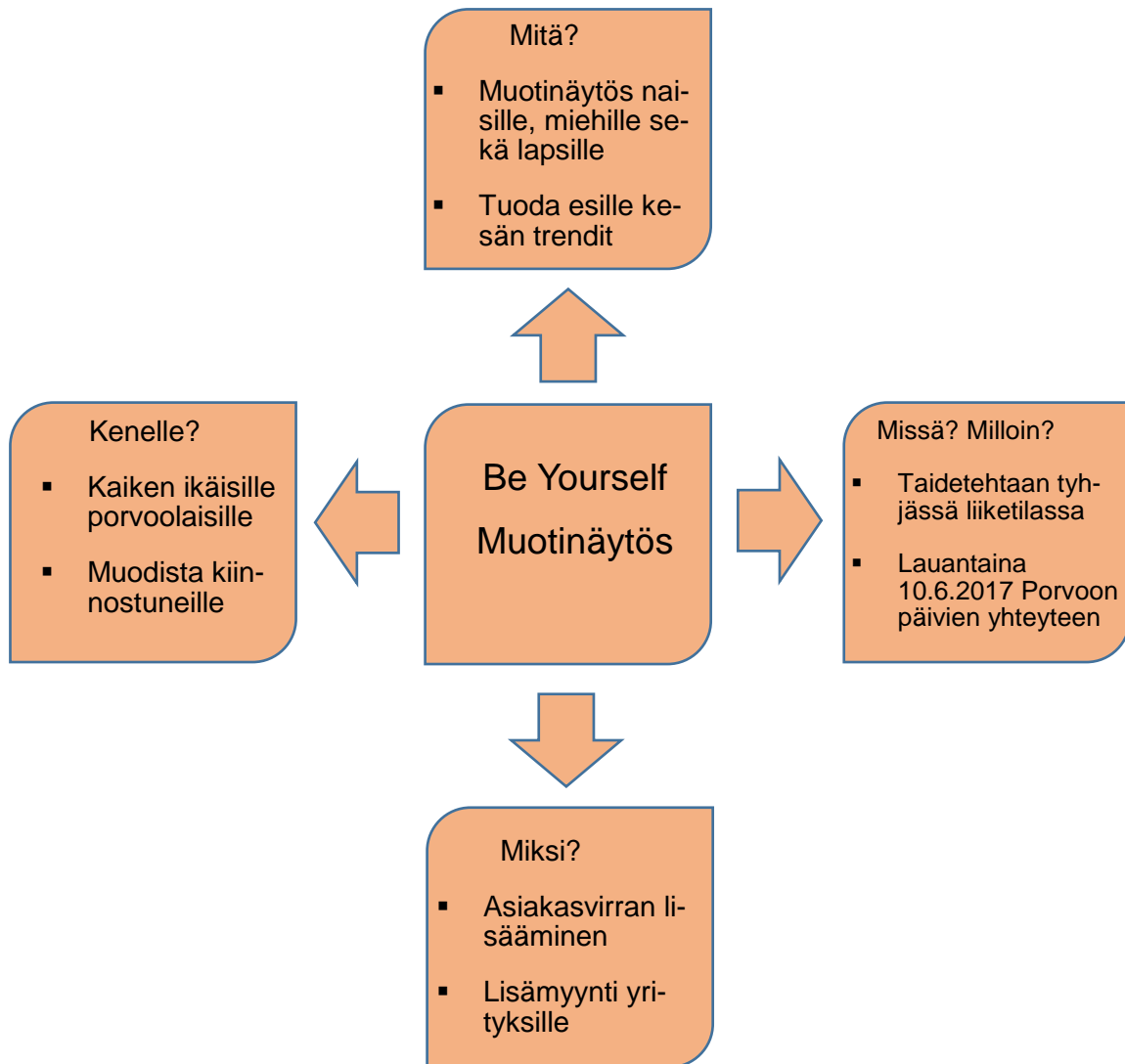
3 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtuman onnistumisen kannalta on hyvä laatia toimiva projektisuunnitelma, jota käytetään apuvälineenä tapahtuman järjestämisessä. Koska tapahtumanjärjestäminen ei ole aina niin yksinkertaista, järjestäjän on hyvä tehdä huolellinen suunnittelu sekä pohjatyo. Kuten Iiskola-Kesonen nostaa esille, tapahtuman järjestämisessä on useita vaiheita jotka elävät, muuttuvat ja vaativat erilaisia toimenpiteitä projektin aikana. Tapahtumaprojektin elinkaari muodostuu tavoitteiden määrittelystä, suunnittelusta, toteutuksesta ja päättämisestä. (Iiskola-Kesonen 2004, 8.)

Jotta Be Yourself -muotinäytöksestä tulisi mahdollisimman onnistunut, aloitettiin tapahtuman suunnittelu laatimalla projektisuunnitelma. Suunnitelmasta tehtiin Power Point esitys, johon kirjattiin ylös kaikki tapahtuman järjestämiseen oleellisesti liittyvät kohdat. Ensimmäiseksi projektisuunnitelmassa kuvaillaan lyhyesti Be Yourself -muotinäytöksen konseptia ja tapahtuman taustaa. Sen jälkeen avataan tavoitteet ja määritellään kohderyhmä. Kun kohderyhmä on rajattu, tarkastellaan resursseja ja laaditaan alustava kustannusarvio sekä toteutusaikataulu. Tätä seuraa ongelmien ja riskien analysointi ja aivan lopuksi käsitellään raportointia sekä itse projektin päättämistä. (Liite 1. Projektisuunnitelma.)

3.1 Tapahtuman suunnittelu

Tapahtuma on jo puoliksi tehty kun sen suunnittelee tarpeeksi hyvin. Suunnitteluvaihe on aloitettava tarpeeksi ajoissa ja kaikki tapahtuman järjestämisessä mukana olevat ihmiset on otettava huomioon. Kun he ovat alusta asti mukana ja tietoisia tapahtumasta, siihen sitoudutaan paremmin, joka puolestaan vaikuttaa tapahtuman onnistumiseen. Tapahtumaproessin vaiheista pisin ja aikaa vievin on itse suunnitteluvaihe. (Vallo & Häyrinen 2016, 191.) Ennen tapahtuman suunnittelun aloittamista on laadittava tapahtumabrief, johon kootaan kaikki keskeisimmät kysymykset tapahtumasta. Yksinkertaisesti se vastaa kysymyksiin mitä, missä, milloin, miksi ja kenelle tapahtuma järjestetään. (Vallo & Häyrinen 2016, 193–194.) Kun näihin kysymyksiin on löydetty vastaukset on helppoa jatkaa tapahtumasuunnittelun seuraavaan osioon.



Kuvio 1. Mitä, missä, milloin, miksi ja kenelle?

Yllä olevassa kuvassa on lyhyesti tiivistettynä Be Yourself -muotinäytöksen tapahtumabrief, joka kehittyi halusta tarjota mieleenpainuvia elämyksiä kaikenikäisille porvooolaisille. Tämän lisäksi halutaan lisätä tunnettavuutta ja asiakasvirtaa Taidetehtaan alueelle, jonka kautta kauppakujan liikkeet saisivat lisämyyntiä. Tärkeä osa muotinäytöstä on tuoda esille kesän kuumimmat trendit.

3.1.1 Tavoite

Yksi tapahtuman järjestämisen tärkeimmistä ominaisuuksista on selkeä tavoite ja syy miksi se järjestetään. Tavoitteena voi olla brändin vahvistaminen, liiketoiminnan parantaminen tai suhteiden syventäminen ja ylläpitäminen. Kaikilla tapahtumilla ei kuitenkaan tarvitse olla liiketoiminnallisia tavoitteita, mutta tapahtumajärjestäjän täytyy kuitenkin olla tietoinen miksi tapahtuma järjestetään ja ihmiset kutsutaan paikalle. (Catani, 2017, 19.)

Muotinäytöksen tavoitteena on järjestää porvoalaisille jotain ennennäkemätöntä ja maksutonta viihdettä omalla kotikaupungillaan. Se toteutetaan, jotta saadaan korostettua Taide-
tehtaan alueen liikkeiden monipuolisuutta. Tärkeää on tuoda ilmi alueen eri liikkeiden tarjontaa sekä kesän kuumimmat trendit. Lisäksi näytöksen tavoitteena on lisätä tunnettavuutta ja asiakasvirtaa Taidetehtaan alueelle, jonka pohjalta kauppakujan liikkeet saisivat lisäämyyntiä. Yritysten prioriteettina on saada uusia asiakkaita ja lisätä myyntiä. Tavoitteena on saada muotinäytöksen yleisöön 50–70 henkilöä per näytös, joista yksi neljäsosa saataisiin Vero Moda myymälään tekemään ostoksia. Tämä siksi, koska opinnäytetyössä seurataan vain tämän liikkeen myyntiä siltä päivältä. Tämä on realistinen tavoite, mikäli markkinointi on kattavaa, sääolosuhteet sallivat ja ihmiset löytävät paikalle. Tulosten analysoinnissa jää nähtäväksi, onko muotinäytöksellä positiivinen vaikutus myyntiin.

3.1.2 Kohderyhmä

Kohderyhmää valittaessa on tärkeää tietää tapahtuman pääsanoma, teema ja luonne. Lisäksi on hyvä tietää miksi, milloin sekä mihin vuodenaikaan tapahtuma toteutetaan. Tapahtuman menestymisen kannalta on olennaista valita oikea kohderyhmä. Kuten Vallo & Häyriäinen (2008, 111, 113-114.) toteavat kohderyhmä tulee tuntea mahdollisimman hyvin, jotta osataan tehdä oikean kokoinen, näköinen sekä kohderyhmää puhutteleva tapahtuma.

Be Yourself -muotinäytöksen kohderyhmän valintaan vaikuttaa mallien ikä sekä liikkeiden esiteltävä mallisto. Tapahtuman pääkohderyhmä on laaja, sillä tavoitteena on saada paikalle mahdollisimman suuri katsojamäärä. Pääsääntöisesti kaikki muotitietoiset, jotka arvostavat näiden liikkeiden tarjoamaa hintalaatusuhdetta. Markkinoinnin avulla tiedotetaan ja tavoitellaan kaikkia porvoalaisia nuoria aikuisia sekä lapsierheitä. Mallistosta löytyy naisille, miehille sekä lapsille suunnattua muotia.

3.1.3 Budjetti

Kun tapahtuman järjestämistä ruvetaan suunnittelemaan, ensimmäisenä mieleen tulee raha. Mitä kaikki tulee maksamaan? Budjetti on hyvä määritellä edes suurin piirtein, sillä tapahtumiin saadaan kulumaa rahaa niin paljon, kuin sitä on käytettävissä. (Vallo & Häyriäinen 2016, 177.) Tapahtumaa järjestäessä edullisin vaihtoehto on toteuttaa se oman henkilöstön voimin. Heti suunnittelun alkuvaiheessa on kannattavaa laatia budjetti, joka sisältää suuntaa antavaa arviota tapahtuman kustannuksista. Budjettia laatiessa on tärkeää tehdä muistilista, joka sisältää menot ja tulot.

Budjetti eli käytettävissä oleva raha määrää kuinka tapahtuma järjestetään. Muotinäytös-tapahtumaa varten Porvoo Event Factory Oy Ab:ltä saadussa tarjouksessa on erikseen keltaisella merkittynä hinnat, jotka Kauppiasyhdistys Ry pystyvät kustantamaan varois-taan. (Liite 2. Tarjous kustannuksista.) Koska Be Yourself -muotinäytöksen kustantaa Porvoon Taidetehtaan Kauppiasyhdistys, ei ole suuria resursseja vaikuttaa lopulliseen toteutukseen, eivätkä kustannukset ole muutettavissa. Jos budjettia olisi käytössä enem-män, näytöksestä tulisi huomattavasti kattavampi. Tällöin saataisiin catwalkiin hienot va-laistukset, langattomat mikrofonit, heijastukset, savukoneet yms. Budjetin ollessa mini-maalinen työkuorma kasvaa ja aikaa kuluu suunniteltua enemmän.

Tapahtuman kuluihin sisältyy lavan rakennus ja purku sekä äänentoistolaitteisto, jotka hoituvat Kauppiasyhdistyksen kautta. Kalusteiden eli tuolien vuokraaminen Taidetehtaalta olisi tullut liian kalliiksi Kauppiasyhdistyksen kustantamana, joten ne täytyy hankkia muual-ta. Tuolit saadaan kuluitta järjestäjien koulusta, Porvoon Haaga-Helia Campukselta. Li-säksi järjestäjät kustantavat itse pieniä kuluja, jotka ovat minimaalisia. Näitä ovat sinitar-rat, teippirullat, sakset, paperit yms. joita tarvitaan tapahtumapaikan somistukseen. (Liite 3. Toteutunut budjetti.)

3.1.4 Paikka, ajankohta ja kesto

Yksi tärkeimmistä päätöksistä tehdään, kun valitaan tapahtumapaikka. Tämä vaikuttaa suuressa määrin tunnelmaan sekä tapahtuman onnistuvuuteen. Tapahtumapaikan sijain-nilla on tärkeä rooli väkijoukon tavoittamisessa. Erityisesti huomio kannattaa kiinnittää tapahtuman keston ja ajankohtaan. Nämä kaksi seikkaa vaikuttavat suuressa määrin siihen, kuinka moni osallistuu tapahtumaan. Jotta tapahtuma saadaan tyylikkäästi vietyä alusta loppuun, täytyy etukäteen miettiä tarpeellinen kesto sille. (Vallo & Häyrinen 2016, 176.) Ajankohtaa valittaessa tulee selvittää onko samaan aikaan muita samankaltaisia tapahtumia ja onko niillä vaikutus omaan tapahtumaan. Tapahtumapäivämäärän lukkoon lyödessä, tulee katsoa useaan otteeseen päivämäärän oikeellisuus, sillä niissä saattaa ilmetä virheitä julkaisun yhteydessä. (Catani 2017, 42-43.)

Tapahtumatuotantoprosessin aikana aikataulutukset sekä työnjako toistuvat jatkuvasti. On tärkeää jakaa työt ja vastuu niin suunnittelu- kuin purkuvaiheessa. Aikatauluista sekä muista tapahtumaan liittyvistä yksityiskohdista on sovittava hyvissä ajoin, jotta saadaan onnistunut tapahtuma aikaiseksi. Alusta asti tiedettiin, että muotinäytös järjestetään Taide-tehtaan alueella. Alun perin näytöksen tapahtumapaikaksi suunniteltiin Taidetehtaan au-kio, jossa on hyvin tilaa niin lavalle kuin yleisöllekin. Suurien kustannusten ja ennalta-armaamattomien sääolosuhteiden vuoksi tapahtumapaikka muuttui useaan otteeseen,

jonka jälkeen lopullinen päätös oli siirtyä sisätilaan. Sopivaksi paikaksi valikoitui tyhjillään seissyt entisen Seppälän liiketila, jota päästään hyödyntämään ennennäkemättömällä konseptilla. Koska päätettiin, että muotinäytös järjestetään Porvoon päivien yhteyteen, ajankohta oli jo valmiiksi selvillä. Muotinäytös on lauantaina 10.6.2017. Ohjelma alkaa kello 12:00, jolloin ensimmäinen näytös starttaa ja päättyy miekkailijoiden näytökseen klo. 16:00. Tapahtuman kokonaiskestoksi on ajateltu kustannuksien sekä osallistujien aikataulujen vuoksi neljä tuntia. Sinä aikana asiakasvirta Taidetehtaalla on parhaimmillaan, tällöin asiakkaiden hyödyntämä Happy Hour -tarjouksen seuranta on loogisempaa.

3.1.5 Lupa- ja ilmoitusasiat

Järjestettäessä tapahtumaa tulee jo suunnittelun alkuvaiheessa olla tietoinen tapahtuman luonteesta, sopimuksista, tarvittavista viranomaisluvista sekä ilmoituksista. Viranomaisohjeistus ilmoitusten menettelyssä voi erota paikkakuntaakohtaisesti, vaikka lainsäädäntö on kaikkialla Suomessa sama. Tilaisuuden järjestäjän tulee hankkia paikan käyttöön oikeutava järjestämispaikan omistajan tai haltijan suostumus. Järjestämispaikan voi omistaa kunta, kuntayhteisö tai yksityinen henkilö. Yleisötilaisuuden järjestäminen on kokoontumislain mukaan joko ilmoituksen varaista tai vapaata. Jos lupaa edellytetään, se tapahtuu tätä varten laaditulla lomakkeella, joka on saatavissa poliisilaitoksilta ja Internetistä. Lomake on viisisivuinen. (Lampinen & Välikylä 2009, 12.) Tilaisuuden laadusta sekä rakenteiden laajuudesta johtuen järjestäjän tulee varata viranomaislupien valmistelu- ja lupakäsittelyyn aikaa jopa useita kuukausia. Valtakunnallisissa suurtilaisuuksissa suunnittelu aloitetaan useampaa vuotta ennen tapahtuman toteuttamista. Tällaisia tilaisuuksia ovat esimerkiksi Pori Jazzin laajasti tunnettujen artistien tai yhtyeiden konsertit. (Lampinen & Välikylä 2009, 7.)

Koska kyseinen muotinäytös on Porvoon päivien yhteydessä, kaikki tarvittavat ilmoitusasiat hoituvat Porvoon Elävä Keskusta Ry:n kautta. Tapahtuma on sisätiloissa, joten yleisötapahtuman järjestämiseen ei tarvitse hakea erillistä lupaa vaan riittää, että se on mainittu Porvoon päivien ohjelmassa. Jos näytös olisi kuitenkin järjestetty ulkona Kappakujalla, luvat viranomaisilta olisi pitänyt hakea normaalin kaavan mukaan. Nyt niitä ei tarvita pelkkä ilmoitus riittää. Näin järjestäjinä päästään helpolla, säästetään aikaa sekä rahaa. Taidetehtaan toimitusjohtaja Susanne Dahlqvist oli yhteydessä alueen liiketiloja vuokraavaan kauppakeskuspäällikkö Marjo Rosendahliin. Tila saadaan hänen kautta käyttöön maksutta. Lupa- sekä ilmoitusasiat tapahtuman järjestämisestä olisi muutoin pitänyt selvittää ja hoitaa itse. Järjestäjinä toimii Porvoon Haaga-Helian opiskelijat, joten Teostolta ei tarvitse hakea tai maksaa erillistä musiikinkäyttölupaa. Haaga-Helialla on voimassaoleva

vuosilupa/lisenssi musiikin käyttöä varten, joka kattaa opiskelijoiden järjestämät tapahtumat.

3.2 Riskit

Riskit on oleellista miettiä jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa ja niiden kartoitus on osa projektisuunnitelmaa. Riskienhallinnassa puhutaan ABC-ajattelusta. Sillä tarkoitetaan riskien tiedostamista, luokittelua, tarpeellisten suunnitelmien ja päätösten tekemistä riskien siirtämiseksi tai eliminoimiseksi. Yleisötapahtuman riskit voidaan jakaa monella tavalla. Yksi tapa on jakaa ne asiaryhmittäin, jotka voivat olla esimerkiksi: ympäristö-, asia-, sopimus-, aikataulu-, taloudelliset-, tekniikka-, imago-, turvallisuus-, henkilöstö- ja organisointiriskit. Toinen tapa on jakaa ne ajoituksen mukaan tapahtumaa edeltäviin, tapahtuman aikaisiin ja tapahtuman jälkeisiin riskeihin. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 54.)

Be Yourself -muotinäytöksen suurin riski on markkinoinnin epäonnistuminen, joka johtaa vähäiseen osallistujamäärään. Näin ollen tapahtuman avulla ei saavuteta toivottua tulosta. Pyrittiin vaikuttamaan osallistujamäärään hankkimalla mielenkiintoisia esiintyjiä tapahtumapäivälle. Riskejä ovat myös huonot sääolosuhteet, esiintyjien sekä mallien yllättävät sairastumiset ja peruuntumiset. Näitä riskejä pyrittiin ehkäisemään siirtämällä tapahtuma sisätiloihin sekä antamalla malleille ja esiintyjille aikarajan osallistumisen perumiselle. Loukkaantumiset ja sairastumiset otettiin huomioon tuomalla tapahtumapaikalle ensiapulaukku.

3.2.1 SWOT-analyysi

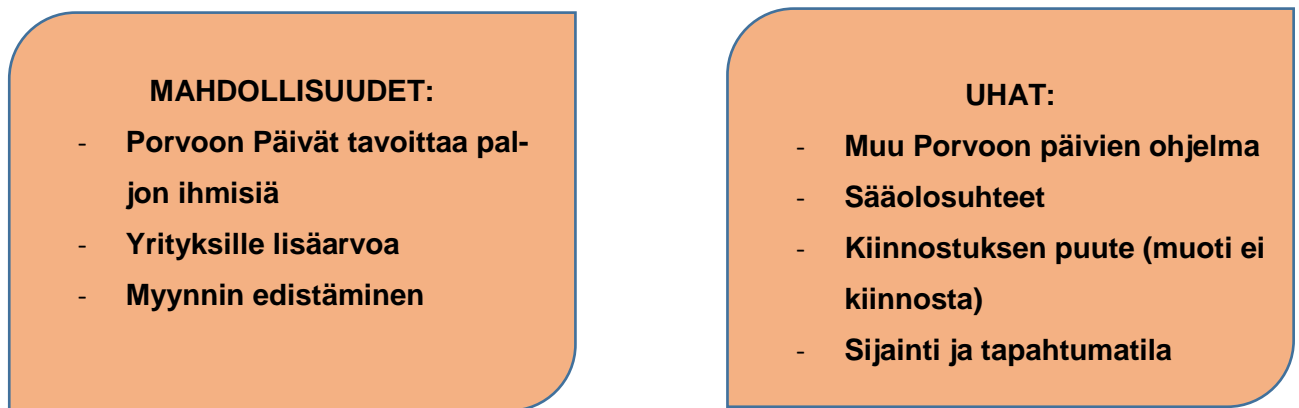
Kun puheena on tapahtuman riskit, ensimmäisenä mieleen tulee SWOT eli nelikenttäanalyysi. Se koostuu tapahtuman vahvuuksien, heikkouksien, mahdollisuuksien ja uhkien analysoinnista. SWOT-analyysin avulla pystytään arvioimaan omaa toimintaa eri tavoin ja tavoitteena on kasata toimiva strategia. Tämän strategian avulla pyritään saamaan vahvuudet hyötykäyttöön, kääntää heikkoudet vahvuuksiksi, väistää uhat sekä tunnistaa mahdollisuudet. (Suomen riskienhallintayhdistys ry. 2017. Nelikenttäanalyysi – SWOT.) Laadittiin SWOT-analyysi, jonka avulla Be Yourself -muotinäytöstä analysoidaan.

VAHVUUDET:

- Muotia naisille, miehille, sekä lapsille
- Aikaisempi kokemus muotinäytösten järjestämisestä
- Vapaa pääsy kaikille

HEIKKOUEDET:

- Mallien sitovuus (sairaus, viime hetken peruutus)
- Ei tarpeeksi kävijöitä
- Sääolosuhteet
- Tekniikka pettää



Kuvio 3. SWOT-analyysi

Tarkasteltiin nelikenttäanalyysin avulla muotinäytöksen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia sekä uhkia. Kuten yllä olevasta kuvasta selviää, muotinäytöksen vahvuutena on sen vapaa pääsy sekä kaiken ikäisille naisille, miehille ja lapsille suunnattu muoti. Lisäksi aikaisempi kokemus muotinäytösten järjestämisestä nähdään vahvuutena. Tapahtuman heikkouksia ovat ennalta-arvaamattomat sääolosuhteet sekä tekniikan pettäminen, jotka vaikuttavat yleisön määrään. Mallien viime hetken peruutukset vahingoittavat näytöstä, sillä siitä ei välttämättä saada yhtä kattavaa näytöstä kun on suunniteltu. Mahdollisuutena nähdään tapahtuman liittäminen Porvoon päivien yhteyteen, jolloin se tavoittaa suuremman väkijoukon markkinoinnin avulla. Tämä voidaan yhtä lailla nähdä myös uhkana, sillä päivän aikana on paljon muuta ohjelmaa ympäri kaupunkia. Näin ollen tapahtuma ei välttämättä erotu muusta Porvoon päivien ohjelmasta. Tätä uhkaa pyrittiin pienentämään lisäämällä omaa mainontaa erilaisten some -kanavien kautta.

3.3 Tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteuttaminen on moniulotteista ja haastavaa, mutta samalla myös palkitsevaa. Osallistujien, yleisön ja median näkemän tapahtuman taustalla on suuri määrä työtä. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.) Tapahtumaprojektin toteuttaminen mittaa projektipäällikön ammattitaidon. Hänen vastuulla on suuri työ mm. aikataulujen pitäminen ja järjestelyjen eteneminen suunnitelmien mukaisesti. Projektipäällikön on pystyttävä kannustamaan työntekijöitä ja tarkkailemaan tapahtuman onnistumista, joten hän ei saa kiinnittää itseään tiettyyn tehtävään. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.) Erityisen tärkeää on luoda tapahtuman tekijäjoukolle koulutuksen ja perehdytyksen lisäksi hyvä ilmapiiri, joka innostaa työtehtäviin. Kaiken tulee olla valmista, kun tapahtumaa alkaa. Pieniä ongelmia ja tilanteita saat-

taa ilmetä tapahtuman aikana, mutta innostuneet ja koulutetut työntekijät osaavat ratkaista ne itsenäisesti. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.)

3.4 Markkinointikeinot

Jokaista tapahtumaa täytyy markkinoida. Tapahtuman markkinoinniksi ei enää riitä pelkkä yksi kutsu, vaan tarvitaan markkinointiviestintää tukemaan ja levittämään tietoisuutta tapahtumasta. Markkinointiviestinnän keinot suunnitellaan tapahtuman kohderyhmän ja tavoitteiden mukaisesti koko tapahtumaprosessille; mitä tehdään ennen tapahtumaa, itse tapahtuman aikana sekä sen jälkeen. Tapahtuman visuaalisen ilmeen, sitä tukevien viestien ja sosiaalisen median tunnisteiden täytyy näkyä markkinointiviestinnässä. (Vallo & Häyrinen 2016, 69.)

Yhteisen Porvoon päivien mainonnan lisäksi haluttiin, että muotinäytös erottuisi muusta päivän ohjelmasta, joten sitä lähdettiin markkinoimaan vielä erikseen järjestäjien sosiaalisten median eri kanavien kautta. Facebookiin tehtiin yleinen tapahtuma, joka oli kaikille avoin ja johon kutsuttiin perhettä, kavereita, tuttuja jne. (Liite 4. Facebook tapahtuma.) Instagramissa nähtiin Porvoon päivien julisteesta kuva, jonka Vero Moda Porvoo sekä Jack&Jones Porvoo julkaisivat omilla tileillään. Viihdyttämässä nähty Porvoon showtanssiryhmä D Diamonds jakoi Facebook -sivuillaan tapahtuman sekä hehkuttivat kyseistä tapahtumaa myös Instagram -tilillään. Porvoon elävä keskusta sekä Taidetehdas osallistuvat markkinointiin julkaisemalla Porvoon päivien markkinointimateriaalia mm. lehdissä, radiossa, kotisivuilla sekä sosiaalisessa mediassa. (Liite 5. Lehtimainos.)

3.4.1 Tapahtumamarkkinointi

Markkinointiviestinnän uusin väline on tapahtumamarkkinointi, joka on tapahtuman ja markkinoinnin yhdistämistä. Kaikki ne tapahtumat, joissa edistetään tai markkinoidaan yrityksen tuotteiden myyntiä kuuluvat tapahtumamarkkinointiin. Yritys voi joko järjestää oman tapahtuman tai vaihtoehtoisesti käyttää hyödyksi tapahtumaa, jonka muut järjestävät. Tapahtumamarkkinoinnin keinoja ovat esim. VIP-palvelut, asiakastilaisuudet, promootiot, pääsyliput tai ravintolapalvelut. Hyvä tapahtuma sisältää monipuoliset mahdollisuudet tapahtumamarkkinointiin. Tapahtumamarkkinointi ei ole sponsoriyhteistyötä tai tapahtuman markkinointia, vaikka se usein sekoitetaan niihin. Koska sponsoriyhteistyö voi antaa tilaisuuden tapahtumamarkkinointiin, tapahtumajärjestäjän on hyvä tuotteistaa se huolellisesti. Tuotteistamisessa täytyy kuitenkin pitää huoli, että se sopii tapahtuman luonteeseen sekä imagoon. Esimerkiksi á la carte -ruokailut tai VIP-palvelut eivät ole kaikkiin tapahtumiin sopivia. (Iiskola-Kesonen 2004, 60.)

4 Muotinäytöksen suunnittelu, toteutus ja tulokset

Lähdettiin toteuttamaan projektia suunnittelemalla mitä teemme, mistä, milloin sekä miten. Seuraavissa kappaleissa syvennytään muotinäytöksen eri vaiheisiin, jotka pitävät sisällään suunnittelu- ja toteutusvaiheet sekä tulosten analysointia. Suunnitteluvaiheessa pohditaan mm. aiheen valintaa, aikataulutusta sekä tapahtumapaikkaa. Toteutusvaiheessa käsitellään mm. muotinäytöksessä nähtävät setit, kävelyt sekä musiikki. Se mitä analysointi pitää sisällään selviää myönnin seurannassa.

4.1 Aiheen valinta

Opinnäytetyön aihe valittiin jo toisena opiskeluvuotena. Alusta asti oli selvää, että haluttiin tehdä jotakin muotiin liittyvää yhdessä, mutta vielä silloin ei tiedetty tarkalleen mitä. Kolmannen opiskeluvuoden syksyllä käytettiin lukuisia tunteja opinnäytetyön suunnitteluun, kunnes lyötiin lukkoon, että järjestetään muotinäytös Taidetehtaalla. Otettiin yhteyttä Taidetehtaan toimitusjohtajaan Susanne Dahlqvistiin. Kerrottiin idea, sekä kyseltiin mahdollisesta yhteistyöstä.

Alkuperäinen suunnitelma oli järjestää muotinäytös vain Vero Moda sekä Jack&Jones liikkeiden mallistosta, sillä toinen järjestäjäistä työskentelee siellä ja tuntui luontevalta järjestää muotinäytös juuri heille. Tässä vaiheessa oltiin erittäin innoissaan tapahtuman järjestämisestä, mutta Taidetehtaan toimitusjohtaja Susanne Dahlqvistin kanssa käydyn keskustelun jälkeen suunnitelma muuttui. Muotinäytöksen järjestämiseen saatiin muuten vapaat kädet, kunhan kaikki kauppakujan halukkaat liikkeet saavat olla mukana näytöksessä. Tämä muutti koko muotinäytöksen konseptin ja oli aika aloittaa opinnäytetyön suunnittelu kokonaan alusta, joka heikensi motivaatiota.

4.2 Aikataulu

Opinnäytetyön etenemistä helpottaa, kun on selkeä aikataulu, jossa pitäydytään. Aikataulullisesti kaiken pitää olla valmista suurempaan kokonaisuuteen, Porvoon päivien yhteyteen 10. kesäkuuta mennessä. Tällöin koko suunnitteluprosessi kulminoituu itse tapahtumaan, eli muotinäytökseen. Kun toteutuspäivämäärä oli tiedossa alusta asti eikä se ollut muutettavissa, tapahtumaan tarvittavat toimenpiteet on helppo aikatauluttaa. Muotinäytös-tapahtumalle tehtiin aikataulu, josta käy ilmi kuukausisuunnitelma suoritettavista työtehtävistä. Aikataulu alkoi jo tammikuusta, jolloin tehtiin tapahtuman projektisuunnitelma. Seuraavat 5 kuukautta keskityttiin itse tapahtuman suunnitteluun ja markkinointiin, jotka hui-pentuvat muotinäytöksen toteutukseen kesäkuussa. Tapahtuman toteutuksen jälkeiset

kuukaudet on varattu kirjoittamisprosessille, joka päättää koko projektin marraskuussa. (Liite 6. Aikataulu.)

4.3 Tapahtumapaikka

Alun perin muotinäytöksen tapahtumapaikaksi valittiin Taidetehtaan kauppakujan aukio. Tällöin tapahtuma olisi toteutettu ulkona, jolloin yleisölle sekä lavalle olisi ollut runsaasti tilaa. Paikka olisi ollut näkyvä sekä helposti huomattavissa, jopa ohikulkijat saattaisivat kiinnostua ja jäädä seuraamaan näytöstä. Suurien kustannusten ja ennalta arvaamattomien sääolosuhteiden vuoksi tapahtumapaikka muuttui useaan otteeseen. Pitkän pohdinnan jälkeen päätettiin järjestää muotinäytös sisätiloissa. Entisen Seppälän liiketilan ollessa vapaa tuntui luontevalta ja hyvältä idealta hyödyntää sitä järjestämällä muotinäytös sinne. Tällaista konseptia ei ole Porvoossa ennen nähty.

4.4 Yhteistyökumppanit ja esiintyjät

Luonnollisesti yhteistyökumppaneina toimivat Kauppakujan liikkeet ja niiden työntekijät. Tärkeimmässä roolissa olivat myymäläpäälliköt, jotka avustivat markkinointimateriaalissa, tuoteinfossa, juonnoissa, mallien hankinnassa sekä settien valinnoissa. Tämän lisäksi suurena apuna projektin toteuttamisessa toimi Taidetehtaan toimitusjohtaja Susanne Dahlqvist. Mielenkiinnon herättämiseen ja lukuisten Porvoon päivien ohjelmistoon kuuluvien tapahtumien joukosta erottautumiseen tarvittiin monipuolisia esiintyjä. Omien suhteiden sekä Taidetehtaan toimitusjohtajan kautta saatiin näytösten väliajoille yleisöä viihdyttämään Porvoon showtanssiryhmä D Diamonds sekä Porvoon Miekkailijat. Heidän avulla muotinäytös sai lisäarvoa sekä mielenkiintoa.

4.4.1 Muotinäytöksessä mukana olleet liikkeet

Kaiken kaikkiaan muotinäytöksessä oli mukana kymmenen eri yritystä. Näistä kuusi vaateliikkeitä, jotka ovat Cubus, Dressmann, Jack&Jones, Stadium, Skidi ja Vero Moda. Kointitarvikeliike Flying Tiger Copenhagen osallistui näytökseen esittelemällä ”hauskoja” asukokonaisuuksia. Sisustusliikkeet Hemtex ja Finlayson Pop Up -myymälä olivat mukana sisustuksen voimalla tekemällä omat esillepanot tapahtumatilaan, jossa pääsivät esittelemään kauden trendejä, kattauksia ja tarjouksia. Lisäksi alueella toimiva Coffee House kahvila oli osallisena päivän ohjelmaan tarjouskuponkien sekä pullakahvi tarjouksen avulla.

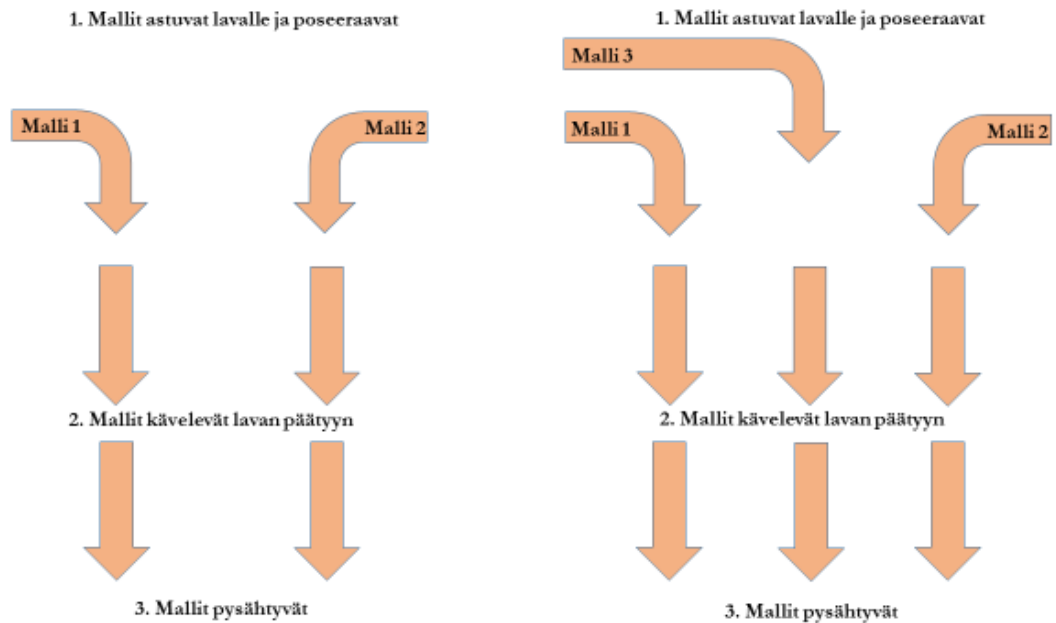
4.4.2 Mallit

Mallien löytäminen oli itsessään projekti. Lähestyttiin liikkeitä pyytämällä jokaista hankkimaan kolme mallia. Tämä ei kuitenkaan tuottanut toivottua tulosta, sillä vain muutama liike tuli hienosti vastaan mallien suhteen. Järjestäjät rupesivat kyselemään malleja omasta lähipiiristä ja lopulta kävi niin, että suurin osa muotinäytöksessä esiintyneistä malleista olivat järjestäjien perheenjäseniä ja kavereita. Malleja oli laidasta laitaan eri-ikäisiä ja kokoisia. Kaiken kaikkiaan heitä saatiin kasaan 21, joista naisia oli 11, miehiä 6 ja lapsia 4.

4.5 Setit, kävelyt, musiikki

Be Yourself -muotinäytöksessä oli yhteensä 13 eri kävelyä, joissa esiteltiin kaiken kaikkiaan 30 erilaista asukokonaisuutta. Mukana olevien liikkeiden kanssa käytyjen keskustelujen jälkeen päädyttiin antamaan heille vapaat kädet settien valinnoissa. Ainoana kriteerinä oli, että asut ovat uutta trendikästä kesämallistoa. Esiteltävät setit olivat kolmesta eri kategoriasta: arki-, juhla- ja urheilumallistosta.

Näytös sai alkunsa kun juontajat astelivat lavalle ja esittelivät heidän yllään olevat asut, jotka olivat Cubukselta sekä Vero Modalta. Tämän jälkeen he pohjustivat näytöksessä esiteltäviä settejä kertomalla juonnoissa tulevan sesongin trendit sekä liikkeiden tarjoukset, jonka jälkeen mallit astelivat lavalle. Samanaikaisesti lavalla nähtiin yhdestä liikkeestä kaksi tai kolme mallia, jotka esittelivät samantyyllisiä settejä. Katsojille pyrittiin luomaan sanomaa, että kaikki olisivat menossa samaan paikkaan. Näin näytöksestä tulisi selkeämpi ja helposti seurattava. Alla olevasta kuviosta selviää piirros mallien kävelysuunnitelmasta.



Kuvio 2. Catwalk -suunnitelma

Kuten kuvasta näkyy kävelyt lavalla pyrittiin pitämään mahdollisimman yksinkertaisina, jotta huomio kiinnittyisi mallien asuihin eikä koreografiaan. Astuessaan lavalle mallit pysähtyivät hetkeksi poseeraamaan yleisölle, jonka jälkeen he kävelivät kaksi kertaa lavalla edestakaisin ennestään suunnitellun kävelyn mukaan.

Musiikin suhteen koitui hieman hankaluuksia, sillä erilaisten biisien miksaaminen ei onnistunut järjestäjiltä eikä heidän lähipiiristä löytynyt ketään sopivaa henkilöä tähän tehtävään. Tämän takia päädyttiin käyttämään Youtubesta ladattua valmista, tuttua sekä turvallista Victoria's Secretin -näytöksessä käytettyä taustamusiikkia. Tuntui luontevalta ajatukselta käyttää juuri sitä näytöksessä, koska se on toiminut ja ollut menestyksekkäs myös lukuisissa maailmanlaajuisissa muotinäytöksissä.

4.6 Myynnin seuranta

Tässä luvussa avataan ja analysoidaan myynnin seurannan tuloksia sekä pohditaan päästiinkö tavoitteisiin. Tapahtuman avulla tavoiteltiin julkisuutta Taidetehtaan alueelle sekä liikkeille. Tämän lisäksi seurattiin Vero Moda liikkeen lisämyyntiä Happy Hour -tarjouksen kautta. Yrityksen myynnin seuranta toi lisähaastetta opinnäytetyöhön. Mitattiin Happy Hour -tarjouksen vaikutusta myyntiin kahdella olennaisella mittarilla, jotka olivat kävijöiden määrä ja ostavien asiakkaiden keskiostos tapahtumapäivänä.

Myynnin seurannan tuloksia analysoitiin Vero Moda myymälältä saadun 10.6.2017 kassareportin sekä kuittikopioiden pohjalta. Kassareportin avulla saatiin selville ostavien asiakkaiden kokonaismäärä ja kuittikopiot kertoivat asiakkaiden keskiostosten yhteissumman. Kaiken kaikkiaan päivän aikana maksavia asiakkaita oli yhteensä 53, jotka saatiin selville kassareportin yhteenvedosta. Näistä 17 oli tapahtumapäivän tarjouksen hyödyntäneitä ja se selvitettiin kuittikopioiden määrällä. Kuittikopioista selvisi myös ostokassin suuruus euroissa. Laskettiin kaikkien kuittikopioiden ostosten loppusummat yhteen, jotta saatiin selville Vero Moda yritykselle päivän tapahtumasta saatu lisämyynnin määrä. Yritykselle kertyi lisämyyntiä yhteensä 594,88 euron edestä. Tämän jälkeen lisämyynnin määrä jaettiin ostoksia tehneillä asiakkailla, jolloin saatiin keskimääräisen ostokassin summaksi 34,99€. Päästiin yli tavoitteen, sillä päämääränä oli saada noin 30 €:n ostokassi.

Kerätystä aineistosta voidaan päätellä, että -20 % Happy Hour -tarjous houkutteli liikkeeseen joka neljännen muotinäytöksen katsojan tavoitteen mukaisesti. Oli mielenkiintoista seurata miten paljon asiakkaita saatiin väliaikoina liikkeeseen tekemään ostoksia ja hyödyntämään tätä alennusta.

5 Be Yourself – muotinäytös 10.6.2017

Päivä alkoi jo varhain aamulla kello 9:00, kun tapahtuman järjestäjät saapuivat Taideteh-
taalle. Tapahtuman ohjelma oli aikataulutettu alkamaan kello 12:00 ensimmäisellä näytök-
sellä, joten ennen varsinaista alkua oli kolme tuntia aikaa tehdä viime hetken viimeistelyjä.
Tämä käsitti päivän ohjelman läpikäynnin sekä lyhyet harjoitukset mallien kanssa. Heidät
oli pyydetty saapumaan paikalle jo hyvissä ajoin kello 10:00 hiukset ja meikit laitettuna itse
valmiiksi. Mallit saapuivat yksitellen eri aikoihin ja koko porukka oli kasassa vasta kello
11:00. Tässä vaiheessa yksi malli ilmoitti huonovointisuudestaan ja joutui valitettavasti
jättäytymään pois näytöksestä. Malleille näytettiin sovitushuoneet sekä rekit, joissa oli
jokaisen vaatteet valmiina esiintymisjärjestystä noudattaen. Lisäksi heitä pyydettiin allekir-
joittamaan vastuulomake, jonka allekirjoittaneena he hyväksyvät korvausvelvollisuuden,
jos vaatteille käy jotain. Mallit ehtivät kävellä lavalla pari kertaa, jotta saisivat siitä tuntu-
maa ja kävelyt ajoittuisivat musiikin tahtiin. Seuraavaksi oli jo aika vaihtaa päälle esiinty-
misvaatteet ja valmistautua näytöksen alkuun. Näytöksen lähestyessä huomattiin, että
kaikkien jännitys kasvoi. Kellon lyödessä tasan 12:00 oli aika aloittaa aikataulun mukai-
sesti varsinainen muotinäytös toivottamalla yleisö tervetulleeksi tapahtumaan. Yleisöä oli
jo tässä vaiheessa mukavasti paikalla ja se lisääntyi näytöksen aikana.



Kuva 1. Tapahtuman juontajat Mergime ja Cennet. Kuvaaja Canan Opoja.

Näytös sai alkunsa kun kolme mallia Pilvi, Miranda sekä Julia astelivat lavalle esittelemään Vero Modan tulevan kesän vallitsevia trendejä. Vero Moda liikkeeltä esiteltiin yhteensä 6 erilaista settiä.



Kuva 2. Näytöksen aloittaneet mallit Vero Modan setit yllään. Kuvaaja Canan Opoja.

Naiset Cubukselta, miehet Dressmannilta sekä lapset Skidiltä esittelivät kesäisiä settejä tuotevalikoimastaan. Kävelyissä nähtiin rentoa festarityyliä Jack&Jonesilta ja urheilumallistoa Stadiumilta.



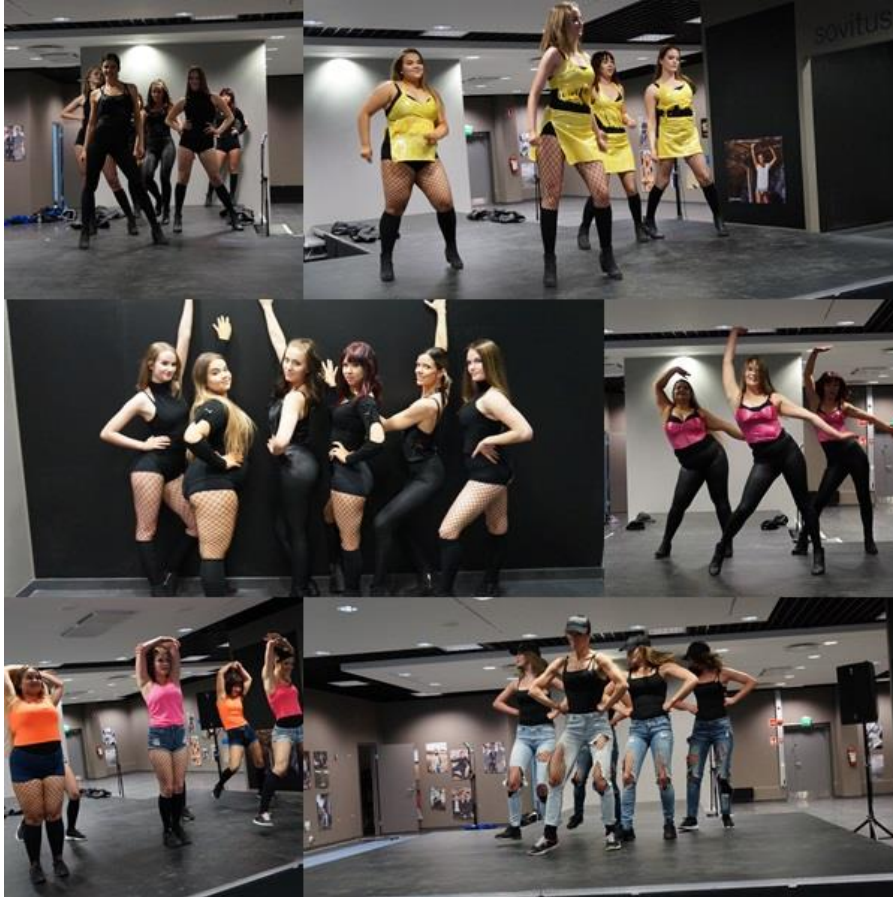
Kuva 3. Stadiumin urheilumallistoa. Kuvaaja Canan Opoja.

Tämän jälkeen oli aika esitellä kauden juhlamallistoa. Sesongin kuumimmat juhlatrendit tulivat esille Dressmannin, Cubuksen sekä Vero Modan seteistä. Viimeisenä esiteltiin Flying Tiger Copenhagenin hauskoja biletykseen sekä rannalle sopivia asusteita.

Ensimmäinen näytös loppui odotettua nopeammin, jolloin kello oli vasta 12:30. Tämä johtui niin juontajien kuin esiintyjien nopeasta tahdistista, joka meni jännityksen piikkiin. Vero Moda liikkeen Happy Hour -tarjous kuulutettiin alkavan kello 13:00 ja päättyvän 14:00. Porvoon miekkailijoiden oli tarkoitus aloittaa oma miekkailunäytös kello 12:45. He saapuivat paikalle hieman myöhässä ja tämä johti aikataulun tihenemiseen, joten toisille esiintyjille D Diamonds showtanssiryhmälle tuli hieman kiire esiintyä. Huomattiin, että esiintyjät olivat vetovoimaisia ja toivat tapahtumapaikalle lisää yleisöä. Kun molemmat esiintyjät olivat esiintyneet, muistutettiin Happy Hour -tarjouksen jatkumisesta aina seuraavan näytöksen alkuun.



Kuva 4. Porvoon Miekkailijat. Kuvaaja Canan Opoja.



Kuva 5. D Diamonds Showtanssiryhmä. Kuvaaja Canan Opoja.

Be Yourself -muotinäytös vaati paljon aikatauluttamista ja yhteensovittamista, jotta näytös olisi sujuva ja mallit ehtisivät vaihtaa vaatteet seuraavaa esiintymiskierrosta varten. Tämä tarkoitti sitä, että yhdelle mallille annettiin vastuuta näytöksen esiintymisjärjestyksen säilyttämisestä. Kaiken kaikkiaan näytös oli onnistunut, vaikka pientä kompurointia nähtiin lavalla ja juonnoissa. Näihin osattiin kuitenkin reagoida toisessa näytöksessä ja siitä tuli selkeämpi sekä kestoaltaan pidempi. Tämä näytös alkoi kello 14:00 ja koko tapahtuma päättyi kello 16:00 Porvoon miekkailijoiden viimeiseen miekkailunäytökseen.



Kuva 6. Yhteiskuva juontajista ja malleista. Kuvaaja Canan Opoja.

6 Oma oppiminen

Opinnäytetyön teko oli prosessina raskas, mutta samalla antoisaa ja palkitsevaa. Se antoi kokemuksena paljon enemmän, kuin osattiin odottaa. Kehityttiin niin kirjoittajina kuin myös projektin johtajina. Suunnittelu- ja toteutusvaiheet eivät olleet niin haastavia kuin itse tekstin kirjoittaminen ja sanoilla ilmaisu. Tiedettiin paljon muodista sekä vaatteista, mutta teorian kautta opittiin itse tapahtuman järjestämisestä ja sen tärkeydestä. Omaksuttiin kuinka tärkeää on tehokas ja onnistunut markkinointi ja kuinka niistä tehdä osa tapahtumaa. Lisäksi opittiin kuinka ammattimaisesti ja tasa-arvoisesti tulee kohdella kaikkia yhteistyökumppaneita. Heidä tulee pitää ajan tasalla koko tapahtuman suunnitteluprosessin aikana ja ottaa huomioon mahdolliset toiveet sekä ehdotukset, tehden niistä osa tapahtumaa. Huomattiin, että kenraaliharjoitukset on hyvä järjestää hyvissä ajoin pariin otteeseen, jotta mallit saavat tuntumaa lavasta ja paremman otteen kävelystä. Näin heidän itseluottamus kasvaa ja se heijastuu myös yleisölle.

Tapahtumaa järjestettäessä tulee miettiä tarkkaan ohjelma, jotta katsojien mielenkiinto säilyy koko päivän aikana. Be Yourself -muotinäytökseen ei hankittu sponsoreita, joka osoittautui heikkoudeksi. Otettiin opiksi tulevia mahdollisia tapahtumia varten, että sponsoreiden hankinta on erityisen tärkeää ja helpottaa tapahtuman järjestämistä. Sponsorit tuovat tapahtumaan lisäarvoa, jolloin siitä saadaan näyttävämpi. Heidän kautta saadaan houkuteltua osallistujat pysymään tapahtumapaikalla esimerkiksi arvontojen ja kilpailujen avulla.

Järjestäjinä oltiin vastuussa siitä, että tapahtuman aikana kaikki sujui mallikkaasti ja järjestys säilyi. Tähän tarvittiin paineen- ja stressinsietokykyä, jonka huomattiin jatkuvasti vahvistuvan projektin edetessä. Jotta kaikki langat saatiin pysymään käsissä, opittiin erityisesti hallitsemaan ajankäyttöä, jolla on suuri rooli tapahtuman järjestämisessä sekä sen onnistumisessa. Tämä projekti antoi hyvät valmiudet menestyä tapahtumajärjestäjinä. Jos tulevaisuudessa tullaan järjestämään samankaltaisia tapahtumia, se tulee olemaan huomattavasti helpompaa ja toteutus mutkattomampaa. Tiedostetaan tehdyt virheet ja puutteet, joten niihin osataan reagoida ja välttää jo suunnitteluvaiheessa. Näin saadaan aikaiseksi onnistunut tapahtuma.

7 Yhteenveto ja johtopäätökset

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli vilkastuttaa Taidetehtaan aluetta ja saada sinne lisää asiakasvirtaa, joka johtaa mahdolliseen lisämyyntiin liikkeille. Seurattiin ja analysoitiin vain Vero Moda yritykselle tapahtumapäivän tuomaa lisämyyntiä. Haluttiin järjestää mieleenpainuva tapahtuma porvoalaisille, joka olisi helposti lähestyttävä ja kaikille avoin. Kaiken kaikkiaan muotinäytös oli tapahtumana menestyksenkäs ja miellytti yleisöä. Saatiin paljon hyvää palautetta sekä kommentteja toimeksiantajalta ja yhteistyökumppaneilta. Liikkeet joiden mallistoa esiteltiin, olivat tyytyväisiä päivän tunnelmaan sekä tapahtuman avulla saatuun asiakasvirtaan. Moni kertoi osallistuvansa mielellään vastaaviin muotinäytöksiin Taidetehtaalla.

Muotinäytöksen ajankohdan siirtäminen Porvoon päivien yhteyteen oli oikea ratkaisu. Moni käytännön järjestely helpottui ja mainonnan näkyvyys oli suurempaa kuin mitä se olisi voinut olla, jos näytös ei olisi toteutettu osana Porvoon päiviä. Lisäksi mukana olleet esiintyjät toivat lisäarvoa tapahtumaan. Heidän avulla säilytettiin mielenkiinto väliajoilla ja saatiin katsojat pysymään tapahtumapaikalla. Tapahtumapaikaksi valikoitu tyhjä liiketila oli kokonaisuudessaan hyvän kokoinen sekä soveltui hyvin muotinäytöksen pitämiseen. Ainoa miinus oli karut seinät, joiden maalipinta oli kulunut ja kärsinyt. Ottaen huomioon resurssit tila saatiin edustavan näköiseksi pienellä somistuksella. Tilaan saatiin lisää eloa teippaamalla seiniin mukana olleiden yritysten julisteita. Yleisesti ottaen suomalaiset ovat kansana ujoa väkeä, joten kynnys tulla sisälle seuraamaan näytöstä oli odotettua suurempi. Huomattiin, että moni pysähtyi mielummin ovensuuhun tai ikkunan taakse katsomaan sisään astumisen sijaan. Jos tapahtuma olisi toteutettu ulkona Taidetehtaan aukiolla, katsojamäärä olisi voinut olla moninkertainen, sillä ohikulkijat todennäköisesti olisivat pysähtyneet seuraamaan näytöstä.

Ensimmäisessä näytöksessä mallit kävelivät lavalla ripeää tahtia, jolloin aikataulut eivät pitäneet ja tämä heijastui koko tapahtuman kulkuun. Pelättiin kiirettä näytösten aikana, mutta sitä ei tullut. Malleilla oli kovat paineet esiintymisen kannalta, joten kävely lavalla tapahtui odotettua nopeammin. He olisivat voineet viipyä lavalla pidempään, jolloin seuraavan ohjelmanumeron alkamiseen ei olisi jäänyt niin paljon aikaa. Tilan takaosasta löytyi hyvät erilliset sovitushuoneet naisille ja miehille, joista oli helppo kulkea lavalle. Harjoituksissa ei otettu huomioon äänentoiston kuuluvuutta sovitushuoneisiin saakka, joka aiheutti pientä kompurointia. Epäkohdat, jotka koettiin ensimmäisessä näytöksessä, saatiin korjattua toiseen näytökseen. Mallit pyydettiin tulemaan lavan takana olevan sermin taakse odottamaan omaa esiintymisvuoroaan. Se osoittautui oikeaksi ratkaisuksi ja tämä näytös oli sujuvampi.

Myynnillisesti tavoitteiden ylipääseminen oli positiivinen yllätys, sillä tapahtuma saavutti toivotun tuloksen. Kaupankäynti vilkastui ja Vero Modan kassa saatiin kilisemään. Oli hienoa huomata, että näin suuriin lukemiin päästiin tällaisella itse suunnitellulla sekä järjestetyllä tapahtumalla. Lisäksi Vero Moda myymäläpäälliköltä saatu myönteinen palaute lämmitti sydäntä, jonka perusteella saadaan olla ylpeitä tehdystä työstä. Myös tavoiteltu katsojamäärä saavutettiin. Yleisöä saatiin mukavasti paikalle ja tapahtuman pitäminen sisätiloissa oli oikea päätös, sillä se pysyi hyvin kasassa. Näin järjestäjinä oltiin erittäin tyytyväisiä tapahtumaan, kaiken kaikkiaan näytös antoi kivan sävöksen sekä eloa Taidetehtaan Kauppakujalle.

7.1 Kehittämisehdotukset

Tapahtuma oli kaiken kaikkiaan onnistunut, mutta esille nousi muutama parannettava asia. Kehittämiskohteena voisi olla mm. tapahtuman jälkeinen palautekysely. Siinä kaikki halukkaat tapahtumaan osallistuneet voisivat vastata lyhyesti, mitä mieltä olivat kyseisestä tapahtumasta. Tämän avulla saataisiin suoraa palautetta ja kehittämisideoita, joita voitaisiin hyödyntää mahdollisissa tulevilla tapahtumissa. Muotinäytöksestä voitaisiin tehdä Taidetehtaan jokavuotinen perinnetapahtuma Porvoon päivien yhteyteen, jolloin porvoolaiset tottuisivat siihen ja tapahtuma olisi vetovoimaisempi. Näin ollen Kauppiasyhdistys voisi itse järjestää kyseisen tapahtuman tai olla osallisena tapahtuman suunnitteluun ja ideointiin, jos joku muu järjestäisi sellaisen. Myynnin kannalta ehdotettaisiin tarjouskuponkien jakelua tapahtumapäivänä. Niiden käyttöaika olisi pidempijaksoinen, jolla voitaisiin mahdollistaa asiakkaan takaisin tuleminen myös tapahtumapäivän jälkeen. Tapahtumapäivän aikana kaikissa mukana olevissa liikkeissä olisi hyvä olla yhtenäisiä puoleensaveitä tarjouksia, jotka mahdollistavat lisämyynnin saantia ja asiakkaat saadaan pysymään Taidetehtaan alueella.

Lähteet

Bestseller 2017. Our company. Luettavissa: <http://about.bestseller.com/about-us/our-company>. Luettu: 15.3.2017.

Catani, J. 2017. Onnistunut yritystapahtuma. Alma Talent Pro. Helsinki

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Käsikirja tapahtumajärjestäjille: mitä, miksi, kuinka? Suomen liikunta ja urheilu ry. Iisalmi.

Kauhanen, J, Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Dark Oy. Vantaa.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1998. Markkinoinnin suunnittelu. Gummerus kirjanpaino Oy. Jyväskylä.

Lampinen, J. & Välikylä, T. 2009. Yleisötilaisuuden järjestämisopas. Suomen ympäristö- ja terveysalan kustannus Oy. Sastamala.

Ruostetsaari, A. 2016. Tapahtuma, tavoite, toteutus, tulos. Mediatalo keskisuomalainen Oyj, aikakausilehtiryhmä. Helsinki.

Rustherford Silvers, J. 2008. Risk management for meetings and events. Elsevier Ltd. Oxford.

Suomen riskienhallintayhdistys ry. 2017. Nelikenttäanalyysi – SWOT. Luettavissa: <https://www.pk-rh.fi/tools/swot.html> Luettu: 28.10.2017.

Taidetehdas. 2017. Historia. Luettavissa: <http://www.taidetehdas.fi/fi/info/historia/>. Luettu: 28.06.2017.

Taidetehdas 2017. Kauppakuja. Luettavissa: <http://www.taidetehdas.fi/fi/kauppakuja/>. Luettu: 21.06.2017.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma Oy. Helsinki.

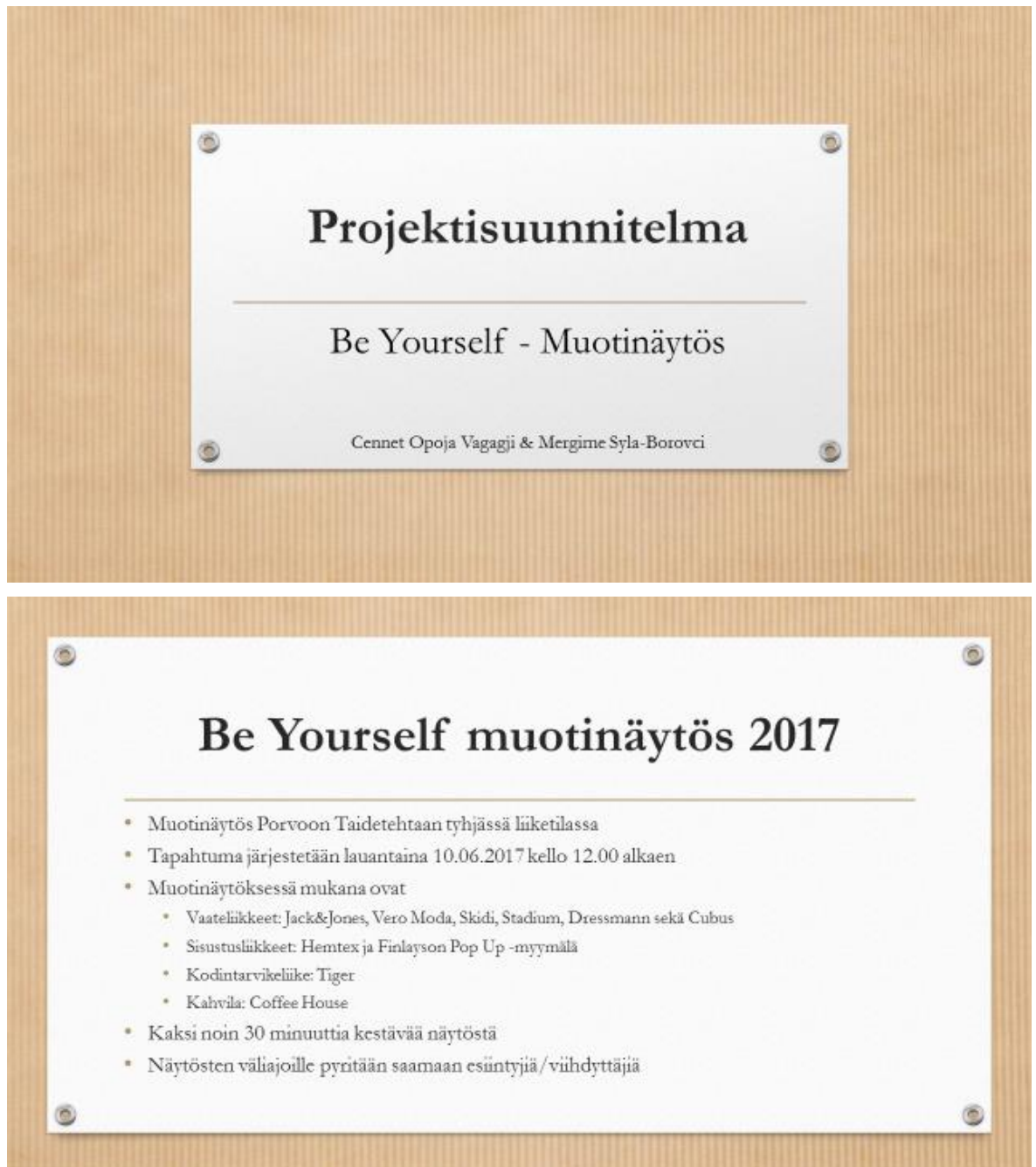
Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma Oy. Tallinna

Vero Moda 2017. Tietoja meistä. Luettavissa:

<https://www.veromoda.com/fi/fi/vm/lisaae-meistae/>. Luettu: 3.3.2017.

Liitteet

Liite 1. Projektisuunnitelma



Tausta

- Kahden Porvoon Haaga-Helian opiskelijatyön toiminnallinen opinnäytetyö
- Toimeksiantaja Taidetehtaan Kauppiasyhdistys Ry
- Tapahtuma järjestetään, koska:
 - Halutaan tarjota jotain ennennäkemätöntä porvoolaisille omalla kotikaupungilla
 - Pyritään korostamaan Taidetehtaan liikkeiden monipuolisuutta
 - Järjestäjät ovat kiinnostuneita muodista

Tapahtuman tavoitteet

- Järjestää porvoolaisille jotain ennennäkemätöntä viihdettä omalla kotikaupungilla
- Lisätä tunnettavuutta sekä asiakasvirtaa Taidetehtaan alueelle
- Liikkeet saisivat lisämyyntiä (seurataan vain Vero Moda liikkeen myyntiä)
- Saada yleisöön noin 50-70 henkilöä/per näytös

Kohderyhmä

- Pääkohderyhmä laaja, koska tarkoituksena saada paikalle mahdollisimman suuri katsojamäärä
- Muotitietoiset, jotka arvostavat kyseisten liikkeiden tarjoamaa hintalaatusuhdetta
- Mallistosta löytyy naisille, miehille sekä lapsille

Resurssit

- Tapahtuman suunnitteluun on aikaa 5 kuukautta
- Projektiryhmään kuuluu vain kaksi järjestäjää
- Taidetehtaan Kauppiaasyhdistys Ry hoitaa kaikki kulut sillä ehdolla, että kaikki halukkaat liikkeet saavat olla osa näytöstä

Kustannusarvio

- Kalustetiimi, Event Factory Oy yht. 372 € (sis. Alv 24%)
 - Catwalk
- Tekniikka, Soundstation Oy yht. 1302 € (sis. Alv 24%)
 - Äänentoistolaitteisto
 - Langattomat mikrofoniit
 - Valolaitteisto + valotekniikko
- Lupa Teostolta 60 € + muut kulut 20 € yht. 80 €
- Tapahtuma ilmainen, joten ei tuloja
- Arvio kustannuksista yht. 1754 €

Aikataulu

- Tammi-helmikuu: Aiheanalyysi ja sisällysluettelo, yhteydenotto toimeksiantajaan, projektisuunnitelma
- Maalis-huhtikuu: Kirjoittamisprosessi alkaa, palaveri toimeksiantajan kanssa, yhteydenotot yhteistyökumppaneihin, mallien rekrytointi
- Touko-kesäkuu: Mainonta; Facebook-tapahtuma ja lehdistötiedote, catwalk-suunnitelma, settien valinta, juonnon kirjoitus, tapahtumapäivän aikataulutus, tilan somistus, lavan rakennus ja tapahtuman toteutus, kirjoittamisprosessi jatkuu

Aikataulu

- Heinä-elokuu: Raportin kirjoitus jatkuu, lähdeaineiston keruu, kuvien käsittely ja valikointi
- Syys-lokakuu: Teorian sekä projektin suunnitteluprosessin kirjoittaminen
- Marraskuu: Myynnin seurannan tulosten analysointi, raportin viimeistely ja palautus

Ongelmat ja riskit

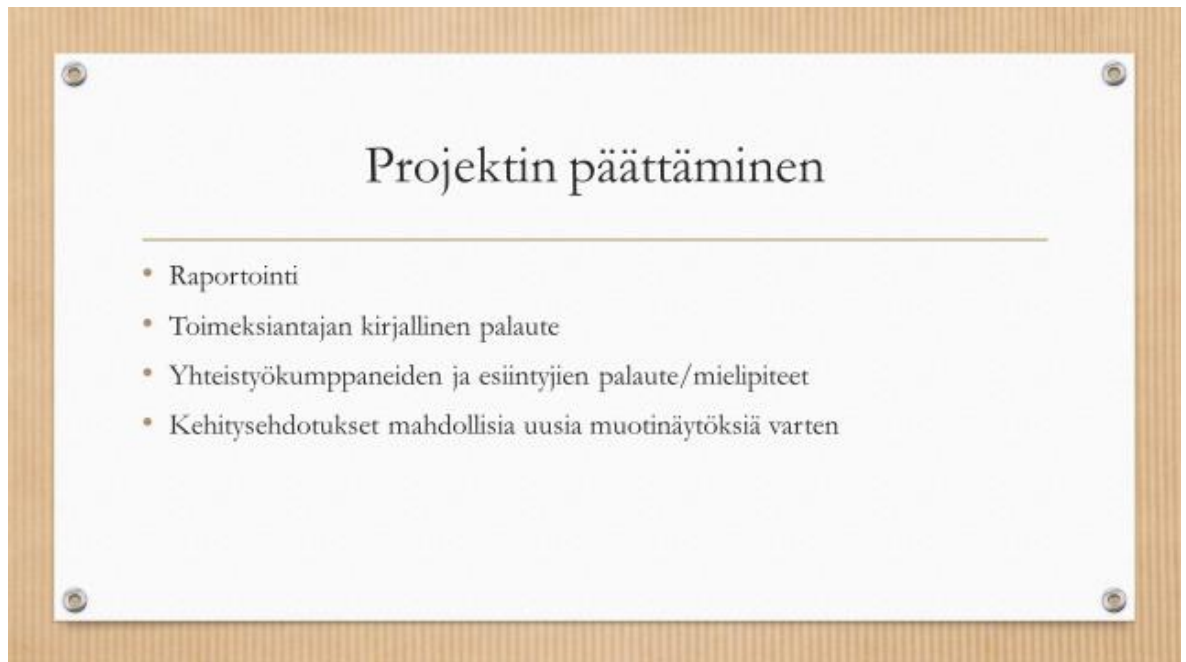
- Miten saada tarpeeksi yleisöä
 - Markkinoinnin täytyy olla tehokasta, jotta saadaan tavoitettua suuri määrä ihmisiä
- Mallien sairastuminen tai osallistumisen peruminen
- Sääolosuhteet
 - Sataako vettä vai paistaako aurinko
- Tietotekniset ongelmat
 - Toimiiko ääntentoisto, mikit yms.

Viestintä

- Järjestäjien välinen viestintä on helppoa ja mutkatonta, koska he ovat hyviä ystäviä entuudestaan
- Viestintä toimeksiantajan kanssa on helppoa, kun toinen järjestäjistä työskentelee yhdessä Kauppakujan liikkeessä
- Yhteydenpito yhteistyökumppaneihin tulee olla jatkuvaa ja selkeää

Raportointi

- Tapahtumasta kirjoitetaan raportti, johon kuuluu:
 - Teoriaosuus
 - Työn eri vaiheet
 - Projektin esittely
 - Myynnin seuranta ja jatkokehitysehdotukset
- Tapahtuma kuvataan sekä videoidaan



Liite 2. Tarjous kustannuksista

Porvoo Event Factory Oy Ab

Läntinen Aleksanterinkatu 1

06100 PORVOO

Puhelin 010 2318 200

Y-tunnus: 2386999-9

Tarjouksen vastaanottaja

Cennet Opoja Vagagji / Haaga Helia

Lisätiedot ja ehdot

Tarjouksemme liittyen Be Yourself tapahtumaan 10.6.2017 taidetehtaan Kauppakujan liiketiloissa

Laskutus suoritetaan Event Factory Oyn kautta. Tarjouksen laatija: Ossi Saarikko

TARJOUS

Päiväys: 31.5.2017

Yhteystiedot: Ossi Saarikko / kalustus
GSM: 044 555 5521 os-
si.saarikko@taidetehtas.fi

Olli Kykkänen / tekniikka
GSM: 0400 986 872 ol-
li.kykkänen@taidetehtas.fi

Kuvaus	Määrä	Yksikkö	à hinta (alv 0%)	Yhteensä € (alv 0%)	Alv 24%	Yhteensä € (sis. Alv 24%)
Kalustetiimi, Event factory Oy						
Catwalk 8x2m (pääty 4x4m), h=60cm, musta etukangas, 2x portaat	1	kpl	300,00 €	300,00 €	72,00 €	372,00 €

Kalustus, lisätyöt toteutuneiden työtuntien mukaan 33€/h (alv 0%)						
Tekniikka, Soundstation Oy						
Äänentoistolaitteisto (PA, mikseri, ständit, ei teknikkoo)	1	kpl	300,00 €	300,00 €	72,00 €	372,00 €
Langattomat mikrofonit (kapula)	2	kpl	50,00 €	100,00 €	24,00 €	124,00 €
OPTIO Valolaitteisto 8 kpl PAR, valopuomit valoohjain	1	kpl	300,00 €	300,00 €	72,00 €	372,00 €
OPTIO Valoteknikko 8h	1	kpl	350,00 €	350,00 €	84,00 €	434,00 €
Teknikon lisätyöt toteutuneen mukaan 43,70€/h ja lisätillaukset hinnaston (EF myyntipalvelu) mukaan (alv 0%)						

Veroton hinta yht	1 350,00 €
Arvonlisävero yht	324,00 €

Yhteensä	1 674,00 €
-----------------	-------------------

Liite 3. Toteutunut budjetti

Tapahtuman budjetti; Be Yourself - muotinäytös 10.6.2017		
	Arvioitu	Toteutunut
Kalustetiimi	372 €	372 €
Tekniikka	1 302 €	372 €
Muut kulut	20 €	10 €
Teosto	60 €	0 €
Yhteensä:	1 754 €	754 €

Liite 4. Facebook tapahtuma

29

Tapahtumat

Tapahtumat

Kalenteri


Syntymäpäivät

Tutki

Menneet

Be Yourself -
Muotinäytös
Taidetehtaalla

+ Luo tapahtuma ▾



KESA

10

Be Yourself - Muotinäytös Taidetehtaalla

Julkinen · Järjestäjä: Cennet Opoja Vagagji ja Mergime Syla-Borovci

...

🕒

10. kesäkuuta 2017 klo 12:00–15:00

noin 5 kuukautta sitten

📍

Taidetehtaankatu, FI-06100 Porvoo, Suomi

Näytä kartta

Tietoja

Keskustelu

KOKO PERHEEN KESÄTAPAHTUMA KESKUSTAN ALUEELLA

PORVOON PÄIVÄT

10.-11.6.2017

Porvoon Päivät

**JOKIMARKKINAT • MUSIIKKI- YM. ESITYKSIÄ
SUOMI 100 -VALOKUVANÄYTTELY
LASTENOHJELMAA • MUSEOT AVOINNA
OPASTUKSET • SEUROJEN ESITTELYJÄ
PERHEFESTARIT • YM. YM.**

OPASTUKSET
LA 10.6.
Linja-avulla järjestettävät noin tunnin kestävät opastukset lähtevät Rauhankadun turistipysäkillä.
• SUOMENKIELISET OPASTUKSET klo 11 ja klo 14
• RUOTSIN- JA ENGLANNINKIELINEN opastus klo 12.30
Järg, Porvoon Matkakouppaat & Porvoon kaupunki

KAUPPATORI
LA 10.6. klo 10 - 14
• klo 10 PORVOON PUHALLINORKESTERI, ym. Reijo Ruokonen Porvoon Pöytäen avajaismusiikkia
• TÄRMON KORIPALLOJUNNUT tarjoilee palloja kikkailua sekä pallokiria
• PORVOON VEDEN vesijalkapallo Nauti maastan parhaasta vedestä, nousta oima haitaavapalloa toimipaikatukselta ja kutsu Porvoon Vesi-estettipöytä
• ROSK'N ROLL -jätehuoltopalvelun taita saa tietoa jätehuollon järjestämisestä ja laitteista
• PORVOON ENERGIA esittely, lapsille lämpöä ja katuvalausta
• LAURIA AMMATTIKORKEAKOULU opasitjat esittelevät Laurea-ammattikorkeakoulun tarjontaa ja järjestävät yleisökiikasta
• POHJOLA NORDEN kotimaa esittelyä, tietoa Porvoonmaasta ja Suomesta
• LADY LINE esittely
• Valokuvaja MIKO LAURILA ja ILMAVALTIAAT esittely
• Tule ja tapaa ITÄ-VÄYLÄN tekijä ja osallistu kilpailuun
• klo 13 ROLY GONZALEZIN SALSARYHMÄ: Soolotanssia, Rueda, paritanssia. Yhteisö opastusta sahan saloihin.

KAUPUNGINPUISTO
LA 10.6. klo 10 - 15
LASTEN OHJELMAA
Hm, lasten suosikkikaluri, imapallofiguureja, taatteenesityksiä, seurasittelyä, tennistä ja ulkoilmaista hiihtä-väläkuvaritellyt Suomi 100 - PORVOO ENNEN JA NYT.
• klo 10 talkuri KIMMO ERIKKILÄN imapallofiguureja
• klo 11.15 PEPPI FITTÄTÖSSÄ hyppää lavalle seurainneen - Teatteri Soittorasaa
• klo 12 Talkuri KIMMO ERIKKILÄN show
• klo 10-14 Hiihtopelle, onnenpyörä, kaverimalliausta - PORVOON VANHEMPAINYHDISTYS
• klo 10-15 jalkapallo mahdollisuus kokeilla tennistä - VERKKOPALLOSEURA
• klo 10-14 Amerikkalaisen jalkapallon taitokielua ja esittelyä - BUT-CHERS
• klo 10-14 jalkapallon lajeistelyä - FC FUTURA JUNIORIT
• klo 10 - 14 Perinteisen japanilaisen jousiammunnan esityksiä - YOSAKI

VALOKUVANÄYTTELY SUOMI 100 - PORVOO ENNEN JA NYT
Porvoon museon kuvat vie katsojan menneisiin aikoihin ja nykyään katsojan tuo samasta paikasta otetut kuvat, jotka on kuvannut Niko Laurila.

JOKIMARKKINAT
LA - SU 10.6. klo 10 - 16
MANNERHEIMINKADUN SILLAN KUPEESSA
Hyväksä mmi, käsillä, herkkuja, konda, yrttejä, makkaria, leipien väleitä, huttuja, huleja, pelavahuuotteita, neuleita, laukkuja, lompakoita, kosmetikkaa, puuvuotteita, rautalankavuoitteita, suomynttejä, malaisia ym. Paikalla kahviloita, suolaista ja makeaa purtavaa.

MUSEOT
LA - SU 10.6. klo 10 - 11.6.
AVOINNA VANHASSA KAUPUNGISSA
Raathuone ja Homin talo - ilmainen sisäänpääsy
Kappalaisen talo/Hanna Frobenius-Segerströmin näyttely - maksullinen
LUNDIN AUKIO
LA 10.6.
Monikulttuurista toimintaa, tanssia, maustamittia, musiikkiesityksiä, MULTICULTURAL ASSOCIATION OF PORVOO esittelyä.
Taitelintarkkailu, polkupyörä ym. vapaa-ajan liityä. ARTTUULI FI

TAIDETEHDA
LA 10.6.
BE YOURSELF -
Muuttyöskänt klo 12 ja 14 Kaupunkijalla sisätiloissa.
Muotia, tanssia, meikkailua Kaupunkijalla tyhjissä tiloissa.
Näyttöjen välillä vilvoittelumassa Porvoon SHOWTANS-SIIRYHMÄ O DIAMONDS sekä PORVOON MIEKKAILIJAT.
Meikkailunäyttökset klo 13 ja 15

ALEKSANTERINAUKIO
LA 10.6. klo 10 - 17
PERHEFESTARIT
Kakille avon tilaisuus, teemana entisyyden hylätyminen. Esitelmät: mmi ILMAARI LEPPISIO JA WALTERI ALATALO, KAKSI KORAA, RYÖVÄRIT. Puhujina: mmi, LEIJONAEMOT ry, HINT-HAARIN BOEN VPM, esittely.
Järg, Porvoon Invalidit - Borgå Invalider ry.

URHEILUHALLI
LA 10.6. klo 12.30-17
PORVOO DERBY FESTIVAL
Luvassa on ainakin paljetteja, corpea painetteja, toipakankia, naitteja ja trumpetthousuja sekä vuoia.

SUOMI 100 VALOKUVANÄYTTELY
FINLAND 100 FOTOUTSTALLING
Porvoo ennen ja nyt
KAUPUNGINPUISTOSSA • I STADSPARKEN
AUK • FR. 10.6.2017
Porvoon Pöytäen avajaismusiikkia Kaupunkijalla taatteenesityksiä, seurasittelyä, tennistä ja ulkoilmaista hiihtä-väläkuvaritellyt Suomi 100 - PORVOO ENNEN JA NYT.
Vapaa-ajan liityä. ARTTUULI FI

Porvoon Päivät
www.porvoonpajat.fi

Itäväylä Parhaita paikallisia.

ISKELMÄ PORVOO 99.8

NIL NIKOLAU RILA

SCANNORA TUOTANTOTOIMISTO

PORVOO BORGÅ

LC PORVOO BORGÅENSIS

Suomi Finland 100

Porvoon Päivät
BORGÅ DAGAR

Porvoon Päivät
BORGÅ DAGAR

Kuukausi	Tehtävät
Tammikuu	Aiheanalyysi, työn rakenne ja sisällysluettelo
Helmikuu	Yhteydenotto toimeksiantajaan, projektisuunnitelma
Maaliskuu	Kirjoittamisprosessin aloitus, yhteydenotot yhteistyökumppaneihin
Huhtikuu	Palaveri toimeksiantajan kanssa, mallien rekrytointi
Toukokuu	Catwalk -suunnitelma, mainonta; facebook -tapahtuma ja lehdistötiedote, juonnon kirjoitus ja tapahtumapäivän aikataulutus
Kesäkuu	Tilan somistus, lavan rakennus, settien valinta, tapahtuman toteutus, kirjoittamisprosessi jatkuu
Heinäkuu	Raportin kirjoitus jatkuu, lähdeaineiston keruu
Elokuu	Raportin teoreettinen osuus jatkuu, kuvien käsittely ja niiden valikointi
Syyskuu	Teorian ja projektin suunnitteluprosessin kirjoittaminen
Lokakuu	Kirjoittamisprosessi käytännöntyöstä; oma oppiminen, yhteenveto, johtopäätökset, kehittämis ehdotukset
Marraskuu	Myynnin seurannan tulosten analysointi, raportin viimeistely ja palautus

Liite 7. Lehdistötiedote

LEHDISTÖTIEDOTE 5.6.2017

Julkaisuvapaa heti

Be Yourself – Muotinäytös Taidetehtaalla

Jokavuotinen Porvoon päivät tapahtuma tuo tullessaan jotakin ainutlaatuista. Tänä vuonna ohjelmassa on Haaga-Helian kolmannen vuoden opiskelijoiden järjestämä, ennen näkemätön muotinäytös Porvoon Taidetehtaalla.

Lavalla nähdään upea muotinäytös, jossa tavalliset Porvoolaiset esitelevät Taidetehtaalla toimivien liikkeiden kesämallistoa. Näytökset alkavat klo. 12:00 ja 14:00.

Näytösten väliajalla viihdyttämässä nähdään Porvoon showtanssiryhmä D Diamonds sekä Porvoon miekkailijat.

Muotia, tanssia, miekkailua ja iloa kaikki samassa paikassa, tällä kertaa Kauppakujan tyhjässä liiketilassa.

Lisätietoja: Järjestäjät

Cennet Opoja Vagagji
+358 50 538 0126
cennet.opoja.vagagji@myy.haaga-helia.fi
myy.haaga-helia.fi

Mergime Sylä-Borovci
+358 44 070 8011
mergime.syla-borovci@myy.haaga-helia.fi

Liite 8. Sähköposti yhteistyökumppaneille

Hei,

Susanne Dahlqvist on ollut yhteydessä teihin, koskien kesäkuussa järjestettävään muotinäytös tapahtumaan Taidetehtaalla.

Olemme Porvoon Haaga-Helian kolmannen vuoden opiskelijoita, jotka tekevät toiminnallista opinnäytetyötä. Opinnäytetyömme aiheena on järjestää muotinäytös Taidetehtaan entisen Seppälän tyhjän liiketilaan. Muotinäytös on osa Porvoon päiviä ja se toteutetaan 10.6.2017.

Näytöksiä on kaksi, ensimmäinen klo. 12:00 ja toinen klo. 14:00. Näytösten väliajoilla nähdään yleisöä viihdyttämässä Porvoon Miekkailijat sekä Showtanssiryhmä D Diamonds.

Vero Moda sekä Jack & Jones ovat lupautuneet tarjoamaan -30 % alennusta kaikista normaalihintaisista tuotteista sinä päivänä. Haluaisimme tässä vaiheessa tiedustella teiltä mahdollisista eduistanne, joita voitte tarjota muotinäytökseen osallistuville malleille ja viihdyttäjille.

Tarvitsemme jokaisesta liikkeestä 2-3 vapaavalintaista kesäistä settiä, joita haluatte esitellä näytöksessä. Voitte vapaasti valita mitä trendiä haluatte esitellä Porvoon väelle.

Sopisiko teille, että tulemme mallien kanssa sovittamaan, sekä varaamaan tuotteet noin viikkoa ennen näytöstä?

Pyytäisimme teitä ilmoittamaan 31.5.2017 mennessä tähän sähköpostiosoitteeseen mahdolliset edut malleille sekä (muille esiintyjille), päivän muut tarjoukset, sekä infot tuotteista, jotka haluatte juontoon.

Suuret kiitokset yhteistyöstänne, olkaa vapaasti yhteydessä jos herää kysymyksiä. :)

Aurinkoisin terveisin,

Cennet Opoja Vagagji & Mergime Sylä-Borovci

Liite 9. Be Yourself – muotinäytöksen juonto

BE YOURSELF - MUOTINÄYTÖKSEN ALOITUS

Coffee House tarjoaa tänään alennuskuponkeja, mitä jaetaan tänään täällä, eli erikoiskahvista saa 1 € alennusta. Koko päivän ajan on myös päivän pulla sekä pieni kahvi yhteishintaan 3,70 €.

1. VERO MODA – Miranda – Julia – Pilvi

Tämän kevään ja kesän aikana vallitsevia trendejä ovat mm. mix & match, off shoulder, cold shoulder, röyhelöt, frillat, denim, erilaiset choker yksityiskohdat, punaisen eri sävyt, statement paidat, plisee, verkkosukkikset sekä sukat, minilaukut, tylli, brodeeraukset, leikatut lahkeet, sekä culotte pantsit.

KÄVELY MIRANDA – JULIA – PILVI

2. CUBUS – Kaltrina – Krenare

Kesä alkaa Cubuksesta!

KÄVELY KALTRINA JA KRENARE

Meiltä löydät paljon raikkaita kesäasuja niin arki, ranta kuin kesän juhliin. Kuosit kuuluvat kesään ja hauskat röyhelö yksityiskohdat antavat kivan lisäyksen asukokonaisuuteen!

3. DRESSMANN JA SKIDI

DRESSMANN TÄYTTÄÄ 50 VUOTTA!

Tarjoamme täydellisen valikoiman miesten vaatteita – hyvälaatuisista vaatteista juhlapukeutumiseen, markkinoiden parhain hinnoin ja laadusta tinkimättä. Kesän 2017 mallistamme löydät tyylikkääst asukokonaisuudet niin arkeen kuin juhlaan!

KÄVELY TRIUMF JA RIAN

18.8. Asti Dressmann myymälässä monipuolinen valikoima pikeepaitoja vain hintaan 9,95€. Normaalihinta 19,95€.

Skidistä ihanat pastellin sävyiset kesä vaatteet perheen nuorille saatavilla koosta 86-152. Mallistosta löytyy myös perheen pienimmille, sekä vastasyntyneille.

4. VERO MODA – Agnesa – Ekaterina

KÄVELY AGNESA JA EKATERINA

Muoti on kun sekoitat juhlavamman topin rennompaan alaosaan, tai päinvastoin. Rokimpi nahka nähdään myös tämän kesän pukeutumisessa, voit myös sekoittaa sen hempeään naiselliseen tyyliin tai pitsin kanssa.

5. JACK & JONES – Aksu/Nico – Gykhan – Denis

KÄVELY – AKSU/NICO, GYKHAN JA DENIS

Kesä on ihanaa aikaa, siksi asuksi on hyvä valita mukava sekä hyvännäköinen rento setti. Armeijan vihreää sekä raitaa yhdistettynä tennareihin. Rennompiin juhliin valitaan Chinot sekä kauluspaita, kun taas viileämpään kesäiltaan neule on hyvä kaveri Jack&Jonesin laadukkaiden farkkujen kanssa.

6. STADIUM – Maiju – Pete - Eeli

KÄVELY – MAIJU, PETE JA EELI

Miesten rento kollari setti sopii hyvin arjen rentoihin rientoihin.

Sekä kova – että matalatehoiseen harjoitteluun on hyvä valita urheiluliivit joiden selkäosa on tehokkaasti hengittävää verkkomateriaalia. Painijanselkä, jolla takaat hyvän liikkuvuuden sekä kosteutta siirtävä materiaali tekee urheilustasi nautinnollisen. Liiveissä on myös pehmeä vuorattu kuminauha alareunassa. Treeni-/ juoksushortsit ovat joustavaa sekä nopeasti kuivuvaa materiaalia. Hihaton juoksupaita, jossa on nopeasti kuivuva TCS Air -materiaali ja yksityiskohdat hengittävää verkkomateriaalia. Naisten koot.

Tekniset sukat, joissa on kompressioistuvuus ja tekninen materiaali, joka hengittää ja siirtää kosteutta. Kompressio parantaa verenkiertoa, jolloin veri palaa nopeammin takaisin sydämeen. Tämä voi nopeuttaa palautumista harjoittelun jälkeen. Lisäksi kompressio ehkäisee kramppeja. Lihasmassa pysyy koossa, jolloin pienet vammat ja lihaskivertävät vähenevät. Sukissa on miellyttävä ribbimateriaali, vaimentavat alueet jalkapohjassa sekä kärjessä litteä sauma, joka ehkäisee hiertymiä. Lisäksi sukissa on oma muotoilu oikealle ja vasemmalle jalalle, mikä mahdollistaa hyvän istuvuuden.

6. VERO MODA – SKIDI – Mirjeta ja Melina

KÄVELY - MIRJETA JA MELINA

Erittäin trendikkäät Culotte pantsit sopivat erinomaisesti off shoulder kukkapaidan kanssa.

SKIDIN Villervallan ihanat harlekiini- ja cupcake printit on helppo yhdistää leggingssien tai shortsien kanssa. Jätski printti on myös tämän kesän suosikkeja.

7. DRESSMANN – Denis – Julius (PUVUT)

DRESSMANN TÄYTTÄÄ TÄNÄ VUONNA 50 VUOTTA!

KÄVELY – DENIS JA JULIUS

Löydät liikkeestämme pukuja sekä regular, että slim fit- mallina. Lisäksi väri- ja kokovalikoimamme puvuissa on laaja. Useaan pukuumme on saatavilla myös liivi, mikä kruunaa kokonaisuuden.

Monipuolisesta kauluspaita- ja asustevalikoimastamme löydät varmasti juhla-asun viimeistelevät yksityiskohdat.

Ystävällinen ja asiantunteva henkilökuntamme auttaa mielellään sinua löytämään tilaisuuteen sopivan asukokonaisuuden ja oikeat koot. Tervetuloa palvelevaan Dressmann myymälään!

8. SKIDI – Karla – Eeli

Skidin tarjoukset tänään ovat seuraavanlaiset;

Kesähatut 9,95€

2 skip hop juomapulloa yhteishintaan 14,90€

Kaikki t-padat ja shortsit -30 %.

KÄVELY - KARLA JA EELI

Skidin valikoimaan kuuluu myös hauskat Skip Hopin eläinhahmo reput ja löytyy monessa eri eläinhahmossa, kuten tässä tämä super söpö...

9. JACK & JONES – Gykhan & Triumf

Denim with denim.

KÄVELY – TRIUMF JA GYKHAN

Tässä nähdään supertrendikkäät polvista revityt farkut, printtipaitaa sekä tietysti farkkutakki viimeistelemään asukokonaisuuden kesän kuumimpiin festareihin.

Kesän kuumimpia asuvalintoja festareille on farkkupaita farkkujen kanssa. Tämän setin kruunaa rock henkinen bändipaita, joita löytyy Jack&Jones liikkeestä kolmea erilaista.

10. CUBUS – Ekaterina – Vilma

Liittyessäi Cubuksen klubin jäseneksi saat 10 % liittymisalennuksen heti ensimmäisestä ostokerrastasi. Tervetuloa!

KÄVELY EKATERINA - VILMA

Tämän kesän väri on punainen. Hempeän vaaleanpunaisesta tummempaan sävyyn. Sopivat myös täydellisesti yhdessä!

11. STADIUM – Julius – Anita – Karla

Treeniasuissa korostuvat myös herkulliset kesäiset värit.

KÄVELY – JULIUS, ANITA JA KARLA

Joustavat treenishortsit, joissa on sivutaskut ja takana hengittävät osat. Kevyt hihaton juoksupaita, jossa on nopeasti kuivuva materiaali ja selässä hengittävä verkkomateriaali. Tekniset sukat, joissa on anatominen istuvuus. Nopeasti kuivuvaa ja hengittävää TCS Air -materiaalia. Koot 35–45.

Treeniasuissa korostuvat myös herkulliset kesäiset värit.

12. TIGER – Mirjeta - Anita

"Flying Tiger Copenhagen on tanskalainen design-myyväläketju, jolla on omalaatuinen ja kuukausittain vaihtuva valikoima itse suunniteltuja tuotteita yllättävän edullisin hinnoin. Tuotevalikoimaan kuuluu jokapäiväisiä tarvikkeita keittiöön, toimistoon, askarteluun, urheiluun ja muotiin sekä leluja, elintarvikkeita, elektroniikkaa ja hauskoja vempaimia. Tuotteet ovat värikkäitä, käytännöllisiä, ainutlaatuisia ja usein yllätyksellisiä.

Kesästä 2016 alkaen Flying Tiger Copenhagen on maailmanlaajuinen nimi kaikille myymälöille, jotka ennen tunnettiin nimellä Tiger, TGR ja Flying Tiger."

Flying Tiger Copenhagen Porvoo esittelee 2 erilaista asustekokonaisuutta;

KÄVELY – MIRJETA JA ANITA

1."Mennään rannalle!" asukokonaisuus jossa mallilla päällä erilaisia asusteita joita voi laittaa päälle vaikka rannalle mentäessä!, iso lierihattu, erilaisia aurinkolaseja, leit, erilaisia lasisia pillimukeja, Iso rantakassi sekä sandaalit.

2."Normal is boring" asukokonaisuus, jossa mallilla on päällä erilaisia biletyt asusteita tilanteeseen kuin tilanteeseen, aurinkolippa, jättihupilasit, henkselit, sandaalit, ananaskassi, discopallo, neontikut erivärejä sekä pillimuki.

Kohta päästään miekkailun pariin jonka jälkeen D Diamonds valtaa lavan näyttävällä tanssiesityksellään.

LOPETUS

Haluamme kiittää kaikkia paikalle saapuneita ja meitä tukijoita, kiitämme kaikkia liikkeitä yhteistyökykyisestä toimesta sekä avusta. Annetaanhan aplodit vielä meidän kaikille rohkeille ja ihanille malleille, joita ilman emme olisi voineet toteuttaa tätä. On ollut ilo esitellä teille kauden kuumimmat trendit, kiitos!

KÄVELY KAIKKI

Lisäksi Vero Moda sekä Jack & Jones liikkeissä on Happy Hour klo 13:00-14:00, jolloin koko mallisto -20%.

Liite 10. Lista mallijärjestyksestä

1. VERO MODA
Miranda – Julia – Pilvi
2. CUBUS
Kaltrina – Krenare

3. DRESSMANN & SKIDI
Triumf – Rian
4. VERO MODA
Agnesa – Ekaterina
5. JACK&JONES
Aksu/Nico – Gykhan – Denis
6. STADIUM
Maiju – Pete – Eeli
7. VERO MODA & SKIDI
Mirjeta – Melina
8. DRESSMANN
Denis – Julius
9. SKIDI
Karla – Eeli
10. JACK&JONES
Gykhan – Triumf
11. CUBUS
Ekaterina – Vilma
12. STADIUM
Julius – Anita – Karla
13. FLYING TIGER COPENHAGEN
Mirjeta – Anita
14. KAIKKI

Liite 11. Mallien vastuulomake vaatteista

Jokainen malli on itse vastuussa vaatteista, jotka he laittavat päälle. Jos vaatteille sattuu jotain, joka johtaa siihen, että ne eivät ole myyntikuntoisia on malli itse korvausvelvollinen.

☐

Olen ymmärtänyt sekä hyväksynyt yllä mainitut ehdot

Allekirjoitus

Nimenselvennys

Be Yourself – Muotinäytös

TAPAHTUMA KUVINA

Kuvaaja; Canan Opoja

